

PENGARUH *FEED* PADA *INSTAGRAM* TERHADAP CITRA DIRI MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak cipta milik U



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh

SELVI OKTARESIYANTI

NIM: 11543202252

UIN SUSKA RIAU

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2019**



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة والاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004, Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh *Feed Instagram* Terhadap Citra Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Mahasiswa yang mengajukan :

Nama : Selvi Oktaresiyanti
Nim : 11543202252
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Setelah skripsi ini diperiksa dan diteliti, akhirnya telah memenuhi persyaratan untuk di
pertanggungjawabkan dihadapan tim penguji skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Pekanbaru, 10 Desember 2019

Disetujui Oleh:

PEMBIMBING

Assyari Abdullah, S.Sos., M.I.Kom.

NIK. 130 417 023

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION
Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web www.uin-suska.ac.id, E-mail: lain-sq@pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Pengaruh *Feed* Pada *Instagram* Terhadap Citra Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau” yang ditulis oleh:

Nama : Selvi Oktaresiyanti
NIM : 11543202252
Jurusan : Ilmu Komunikasi (Broadcasting)

Telah dimunaqasahkan dalam sidang panitia ujian sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada:

Hari : Senin
Tanggal : 16 Desember 2019

Dan disetujui sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 14 Desember 2019
Dekan

Dr. Nurhid, MA
NIP. 19660620 200604 1 015
Tim Penguji

Ketua Sidang

Dr. Nurhid, MA
NIP. 19660620 200604 1 015

Sekretaris Sidang

Yefni, M.Si
NIP. 19700914 201411 2 001

Penguji III

Dr. Titi Antin, M.Si
NIP. 19700301 199903 2 002

Penguji IV

Dr. Yasril Yazid, M.Si
NIP. 19720429 200501 1 004

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *FEED* DAN *INSTASTORY* PADA INSTAGRAM TERHADAP PENCITRAAN DIRI MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

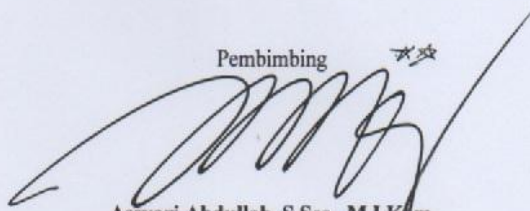
Disusun Oleh

NAMA : SELVI OKTARESIYANTI

NIM : 11543202252

Telah disetujui dosen pembimbing pada tanggal : AGUSTUS 2019

Pembimbing



Assviri Abdullah, S.Sos., M.I.Kom

NIK. 130 417 023

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama : Selvi Oktaresiyanti

Nim : 11543202252

Menyatakan Dengan Sesungguhnya Bahwa Skripsi yang Berjudul : *Pengaruh Feed Instagram Terhadap Citra Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau* adalah betul-betul karya saya. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Pekanbaru, 10 Desember 2019

Yang Menandatangani Pernyataan,

Selvi Oktaresiyanti
11543202252

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 10 Desember 2019

Dosen Pembimbing Skripsi

No : Nota Dinas

Lamp : 1 (eksemplar)

Kepada Yth,

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Di_

Tempat

Assalamualaikum Wr.Wb

Setelah kami mengadakan pemeriksaan dan perubahan seperlunya, guna kesempurnaan skripsi ini, maka atas nama **Selvi Oktaresiyanti, Nim: 11543202252** dapat diajukan untuk menempuh ujianskripsi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi dalam bidang ilmu komunikasi dengan judul skripsi **"PENGARUH FEED INSTAGRAM TERHADAP CITRA DIRI MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU"**. Harapan kami agar dalam waktu dekat bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam siding munaqasah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian surat pengajuan ini dibuat, atas perhatian Bapak/Ibu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Mengetahui,

Pembimbing



Assyari Abdullah, S.Sos., M.I.Kom.

NIK. 130 417 023

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

PENGARUH *FEED* INSTAGRAM TERHADAP CITRA DIRI MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

Oleh:

SELVI OKTARESIYANTI

NIM : 11543202252

Dewasa ini tentu sudah tidak asing lagi dalam penggunaan internet untuk bermain sosial media, terutama remaja yang berasal atau bertempat tinggal di perkotaan. Infrastruktur jaringan internet yang memadai serta fasilitas yang dimiliki dan pengetahuan yang cukup tentang teknologi memudahkan remaja di perkotaan dalam mengakses internet. Sosial media yang dimaksudkan dan yang paling populer dikalangan mahasiswa adalah *Instagram*. Aplikasi ini telah menjadi fenomena baru di era globalisasi saat ini, selain itu *Instagram* menjadi salah satu magnet besar dalam proses pembentukan karakter seseorang. Selain *instagram* juga dijadikan sebagai media komunikasi, sisi lain jejaring sosial *instagram* memiliki fungsi sebagai alat citra tubuh yaitu dengan menunjukkan keunggulan dari segi fisik (cantik atau tampan), gaya berpakaian, merek sepatu yang digunakan, hingga tutur kata dalam berkomunikasi yang secara tidak langsung akan menumbuhkan atensi dari khalayak melalui postingan yang di unggah di media sosial *Instagram*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *feed* pada *Instagram* terhadap citra diri mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sampel sebanyak 78 mahasiswa ilmu komunikasi dari total populasi 357 mahasiswa komunikasi angkatan tahun 2018. Penelitian ini menggunakan variabel independen yaitu *feed Instagram* dan variabel dependen yaitu citra diri. Penelitian ini menggunakan model penelitian korelasi sederhana karena terdapat variabel independen yang harus dilakukan pengujian secara parsial dan signifikan. Temuan penelitian ini adalah *feed Instagram* berpengaruh terhadap pencitraan diri, dimana variabel *feed Instagram* memiliki nilai t hitung sebesar $23.302 > 1.668$ dan nilai signifikansi lebih kecil $0.000 < 0.05$. Jadi, dapat disimpulkan bahwa semakin bagus atau rapi *feed instagram* seseorang maka akan semakin menunjukkan citra dirinya kepada *followersnya*.

Kata Kunci: *Instagram*, *feed Instagram*, citra diri.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

THE EFFECT OF *FEED* INSTAGRAM ON THE STUDENT SELF IMAGE IN COMMUNICATION DEPARTMENT OF UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

By :

SELVI OKTARESIYANTI

NIM : 11543202252

Nowadays, it is normal that the internet is used to access social media, especially teenagers who come from or live in urban areas. It is supported by adequate internet network infrastructure and facilities and sufficient knowledge about technology. It is easy for urban youth to access the internet. The most intended social media and most popular among students is Instagram. This application has become a new phenomenon in the current era of globalization. Furthermore, Instagram has become one of the great magnets in the process of forming one's character. Instagram is also used as a communication medium. It also has a function as a body image tool that is to show excellence in terms of physical (beautiful or handsome), style of dress, brand of shoes used, and speech in communication. It will indirectly attract attention from the audience through posts posted on Instagram. This study aims to know the effect of feed on Instagram on the self-image of communication science students at the Sultan Syarif Kasim Riau Islamic University. This study uses a quantitative method with a sample of 78 communication science students from a total population of 357 communication students for the year 2018. This study uses independent variables namely Instagram feeds and the dependent variable namely self-image. This study uses a simple correlation research model because there are independent variables that must be tested partially and significantly. The findings of this study are that Instagram feeds affect self-image, where the Instagram feed variable has a t value of $23.302 > 1.668$ and a smaller significance value of $0.000 < 0.05$. So, it can be concluded that the better or neater someone's instagram feeds, the more they will show their self-image to their followers.

Keywords: Instagram, Instagram feeds, self-image.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, Segala kata tulus sebagai puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini guna melengkapi tugas akhir untuk memperoleh gelar Strata Satu (S1). Shalawat beriring salam selalu terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun manusia menuju jalan kebahagiaan di dunia dan akhirat.

Skripsi dengan judul “Pengaruh *Feed* pada *Instagram* Terhadap Citra Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau”, merupakan hasil karya ilmiah yang ditulis untuk memenuhi salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Karena keterbatasan ilmu dan pengetahuan yang penulis miliki, maka dengan tangan terbuka dan hati yang lapang penulis menerima kritik dan saran dari berbagai pihak demi kesempurnaan dimasa yang akan datang. Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis mendapatkan dukungan dan juga menerima segala bantuan dari berbagai pihak demi kesempurnaan dimasa yang akan datang. Jadi pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan dengan penuh hormat ucapan terima kasih kepada: **Ayahanda Oktavianus dan Ibunda Restu Gusti Farida** yang selalu mendo’akan, memberi motivasi, serta memberi dukungan baik secara moril dan materil sehingga ananda dapat menyelesaikan perkuliahan dan menyelesaikan skripsi ini. Selain itu, penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Prof. Dr. KH. Akhmad Mujahidin, S.Ag M.Ag.
2. Bapak Dr. Nurdin, M.A selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Bapak Dr. Masduki,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© M.Ag, Dr. Toni Hartono, M.Si dan Dr. Azni, M.Ag selaku Wakil Dekan I,II,III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

3. Ibu Dra. Atjih Sukaesih, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi dan Bapak Yantos, M.Si selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Assyari Abdullah, S.Sos., M.I.Kom selaku Pembimbing. Terima kasih atas dukungan dan bimbingan yang diberikan kepada penulis dari awal hingga akhir bimbingan.
5. Seluruh dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu. Terima kasih atas ilmu yang telah diberikan semoga menjadi bekal dan berkah yang baik bagi penulis dalam menjalani kehidupan.

Pekanbaru, 24 Desember 2019
Penulis

SELVI OKTARESIYANTI
NIM. 11543202252

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Penegasan Istilah	6
C. Permasalahan	7
D. Identifikasi Masalah	8
1. Batasan Masalah	8
2. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	9
1. Tujuan Penelitian	9
2. Kegunaan Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pencitraan Diri	10
1. Pengertian Citra Diri	10
2. Komponen Citra Diri	12
3. Indikator Citra Diri	13
B. Media Sosial	16
1. Pengertian Media Sosial	16
2. Fungsi Media Sosial	17
C. <i>Instagram</i>	17
1. Pengertian <i>Instagram</i>	17
2. Sejarah <i>Instagram</i>	18
3. Fitur-Fitur <i>Instagram</i>	22

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Langkah-Langkah Membuat <i>Instagram</i>	25
D. <i>Feed Instagram</i>	25
E. Kajian Terdahulu.....	29
F. Definisi Konseptual dan Operasional Variabel	33
1. Definisi Konseptual.....	33
2. Operasional Variabel	34
G. Hipotesis.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	37
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	37
C. Populasi dan Sampel	38
D. Teknik Pengumpulan Data.....	39
E. Uji Validitas	40
F. Teknik Analisis Data.....	42
BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Suska Riau	45
B. Visi dan Misi	47
C. Tujuan	47
D. Struktur Organisasi.....	48
BAB V HASIL PENELITIAN	
A. Hasil Penelitian	49
B. Pembahasan.....	75
BAB VI PENUTUP	
A. Kesimpulan	85
B. Saran.....	85

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

1.1	Perilaku Pengguna <i>Instagram</i>	4
2.1	Penelitian Terdahulu.....	29
2.2	Konsep Operasional Variabel.....	34
3.1	Skala <i>Likert</i>	40
3.2	Indeks Korelasi (r) <i>Pearson Product Moment</i>	41
3.3	Kriteria Persentase Tanggapan Responden	43
5.1	Skala <i>Likert</i>	50
5.2	Karakteristik Responden.....	50
5.3	Hasil Uji Validitas Kuesioner <i>Feed Instagram</i>	52
5.4	Hasil Uji Validitas Kuesioner Citra Diri	53
5.5	Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner	54
5.6	Foto-foto yang ada di <i>Feed</i> Boleh dilihat Public (No Private)	55
5.7	Setiap Minggu Memperindah dengan Foto yang Menarik.....	55
5.8	Berisikan Foto <i>Selfie</i> yang dapat Menarik <i>Followers</i>	56
5.9	Foto dan <i>caption</i> yang berisikan Bentuk Citra Diri.....	56
5.10	Menyukai Komentar Positif yang Terdapat pada <i>Feed</i>	57
5.11	Tidak Menyukai Komentar Negatif.....	58
5.12	Semakin banyak <i>likes</i> semakin Percaya Diri.....	58
5.13	Timbulnya Rasa Bahagia saat Mendapatkan Banyak <i>Likes</i>	59
5.14	Merasa Bangga Jika ada yang <i>Merespons/men-share</i> Foto.....	59
5.15	Merasa Bangga Jika diikuti oleh Seseorang	60
5.16	Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Tentang <i>Feed Instagram</i>	60
5.17	Rekapitulasi Hasil Kuesioner <i>Feed Instagram</i>	63
5.18	Ingin Menunjukkan Jati Diri.....	64
5.19	Membentuk Citra Positif di <i>Instagram</i>	65
5.20	Selalu Berpenampilan Menarik demi Konten	65
5.21	Ingin Menarik <i>Followers</i>	66
5.22	Sangat Percaya Diri	66
5.23	Merasa Nyaman Saat Memposting Sesuatu	67

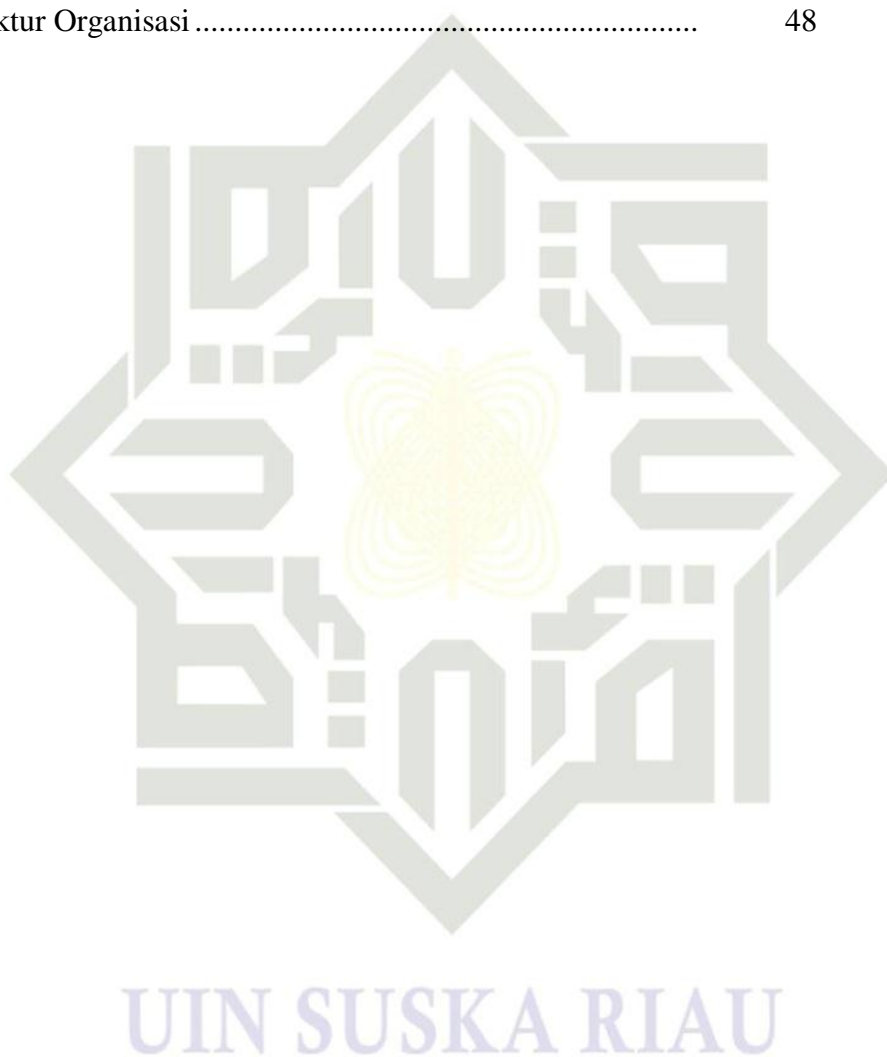
Tabel 5.24	Instagram Sebagai Media Penyalur Hobi	67
Tabel 5.25	Ingin dinilai Positif di Lingkungan.....	68
Tabel 5.26	Sebagai Media yang Tepat untuk Membentuk Citra Diri.....	68
Tabel 5.27	Sangat Merasa Percaya Diri	69
Tabel 5.28	Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Tentang Citra Diri	69
Tabel 5.29	Rekapitulasi Hasil Kuesioner Citra Diri.....	72
Tabel 5.30	Hasil Uji Parsial (Uji t).....	74
Tabel 5.31	Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	74

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

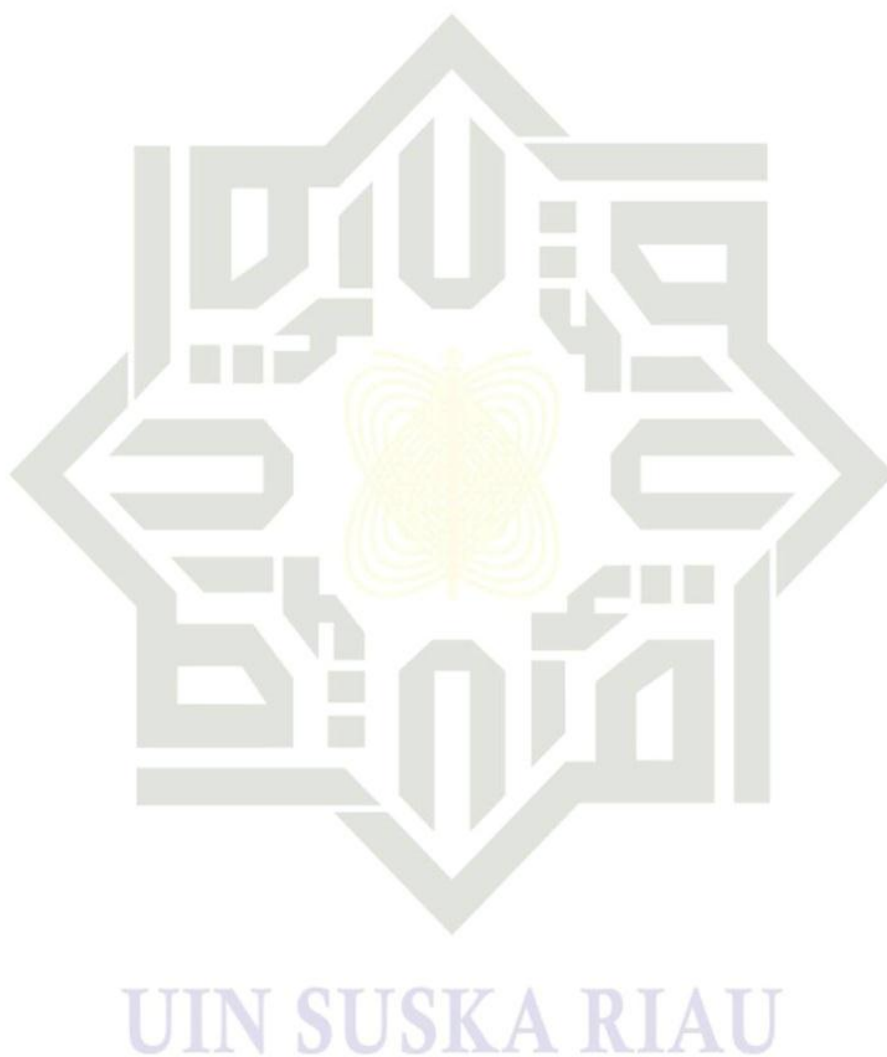
DAFTAR GAMBAR

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:		
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.		
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.		
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.		
Gambar 2.1	Contoh <i>Feed Instagram</i> Tema <i>Dark</i>	27
Gambar 2.2	Contoh <i>Layout</i> Berbentuk <i>Puzzle</i>	27
Gambar 2.3	Menentukan Warna Terbaik	28
Gambar 2.4	Kerangka Pikir	35
Gambar 4.1	Struktur Organisasi	48



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Lembar Kuesioner
 - Lampiran 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
 - Lampiran 3. Hasil Uji SPSS
 - Lampiran 4. Dokumentasi
- Hak Cipta Teknik UIN Suska Riau**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sosial media merupakan salah satu fenomena yang muncul seiring berkembangnya teknologi dan inovasi di internet. Selain sebagai media baru dalam berinteraksi dan bersosialisasi, sosial media juga memiliki pengaruh yang luar biasa terhadap berbagai aspek, seperti jurnalisme, *public relations*, dan pemasaran. Sosial media mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi *feedback* secara terbuka memberikan komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Tidak dapat dipungkiri bahwa sosial media mempunyai pengaruh yang besar dalam kehidupan. Seseorang yang awal mulanya tidak mengetahui tentang adanya sosial media, sesuai dengan perubahan perkembangan di era *modern*, mereka akhirnya mengetahui apa itu sosial media. Bagaimana cara penggunaannya dalam kehidupan. Apa manfaat yang di dapat dalam penggunaan sosial media. Bagi mahasiswa khususnya, sosial media sudah menjadi candu yang membuat penggunanya tiada hari tanpa membuka sosial media dan melakukan komunikasi.

Internet *World Stats* pada tahun 2012 menyatakan bahwa Indonesia merupakan negara kedelapan yang menggunakan internet terbanyak dari seluruh negara di dunia¹. Hal ini sejalan dengan data dari statistik Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang menyatakan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia terus mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Sebagai contoh pada tahun 1998 pengguna internet di Indonesia adalah 512.000, kemudian naik menjadi 25 juta pada tahun 2007². Diprediksikan penggunaan internet ini akan terus mengalami peningkatan sebanyak 25 % setiap tahunnya³. Hal ini terlihat dari hasil *survey* yang dilakukan oleh Asosiasi

Hendra. *Fenomena Internet pada Anak-anak dan Remaja*. Tersedia di <http://hendra.room318.online.com/>; Internet; diakses 30 Januari 2019.

Qomariah. *Perilaku Penggunaan Internet pada Kalangan Remaja di Perkotaan*. Tersedia di <http://palimpsest.fisip.unair.ac.id/>; Internet; diakses 30 Januari 2019.

Budhyati, A. *Pengaruh Internet Terhadap Kenakalan Remaja*. Seminar Nasional Aplikasi Sains dan Teknologi (SNAST) Periode III (B. 426 – 434). Yogyakarta, 2012.

Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang mencatat pengguna internet di Indonesia pada tahun 2017 mencapai 143,26 juta orang⁴.

Tidak hanya dinobatkan sebagai sepuluh besar pengguna internet paling banyak di dunia, berdasarkan hasil riset yang dikeluarkan Google pada bulan Maret 2015, Indonesia juga mengalami pertumbuhan dua kali lipat dalam mengadopsi *smartphone*. Dalam hal ini, 62% pengguna *smartphone* menggunakan ponsel mereka untuk mengakses internet. Oleh sebab itu, Indonesia mampu menempati posisi pertama di Asia dan posisi ketiga di dunia terkait dengan akses internet melalui *smartphone*⁵.

Melalui sosial media semua orang dapat terhubung dan menjalin komunikasi dimanapun, kapanpun dengan menggunakan jaringan internet. Melalui komunikasi pada sosial media, seseorang atau lawan bicara dapat mengenal maksud dan tujuan dari pembicara terhadap apa yang dibahasnya, salah satunya mengenai citra dirinya. Citra dalam diri merupakan salah satu unsur penting untuk menunjukkan siapa diri kita sebenarnya. Citra diri seseorang terbentuk dari perjalanan pengalaman masa lalu, keberhasilan dan kegagalan, pengetahuan yang dimilikinya, dan bagaimana orang lain telah menilainya secara obyektif. Kita sering melihat diri kita seperti orang lain melihat kita. Citra diri dapat dibangun melalui sosial media.

Dewasa ini tentu sudah tidak asing lagi dalam penggunaan internet untuk bermedia sosial, terutama remaja yang berasal atau bertempat tinggal di perkotaan. Infrastruktur jaringan internet yang memadai serta fasilitas yang dimiliki dan pengetahuan yang cukup tentang teknologi memudahkan remaja di perkotaan dalam mengakses internet.

Lebih lanjut, di daerah perkotaan 87% anak dan remaja menggunakan internet sedangkan di daerah pedesaan hanya 13% anak dan remaja yang menggunakan internet. Fasilitas Wi-Fi yang diberikan sekolah secara terbuka dan

⁴ Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. *Infografis Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia Survey 2017*. *Teknopreneur*. Tersedia di <https://apjii.or.id/survei2017/download/iOArRWd9K1aVghf6Qcqyz0bXuve3No>; Internet; diakses 30 Januari 2019.

Erwin, Z. *Indonesia Juara Akses Internet Melalui Smartphone*. Tersedia di <http://teknos.tempo.com/>; Internet; diakses 30 Januari 2019

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

dapat diakses kapan saja serta penggunaan *smarthphone* yang tinggi menjadikan siswa selalu bermain media sosial terutama instagram yang sedang populer tanpa menyaring hal-hal yang baik dan buruk sebagai akibatnya. Pengetahuan tentang penggunaan media sosial yang baik untuk membangun citra diri bagi siswa sangat perlu untuk diketahui⁶.

Seperti yang diungkapkan oleh Keke, bahwa penggunaan media sosial instagram tentu membawa kemudahan bagi siswa untuk membangun komunikasi dan menampilkan dirinya kepada orang lain, akan tetapi instagram juga membawa dampak negatif seperti krisis percaya diri, persaingan kehidupan mewah, dan tidak mau menatap realita dan kenyataan⁷.

Sosial media yang dimaksudkan dan yang paling populer dikalangan mahasiswa adalah *Instagram*. Aplikasi ini telah menjadi fenomena baru di era globalisasi saat ini, selain itu *Instagram* menjadi salah satu magnet besar dalam proses pembentukan karakter seseorang. Selain *instagram* juga dijadikan sebagai media komunikasi, sisi lain jejaring sosial *instagram* memiliki fungsi sebagai alat citra tubuh yaitu dengan menunjukkan keunggulan dari segi fisik (cantik atau tampan), gaya berpakaian, merek sepatu yang digunakan, hingga tutur kata dalam berkomunikasi yang secara tidak langsung akan menumbuhkan atensi dari khalayak melalui postingan yang di unggah di media sosial *Instagram*.

Pada akhir 2016 dikutip dari (tribunnews.com), Instagram mencatat milestone dengan mengumumkan bahwa jumlah pengguna aktif bulanannya telah mencapai kisaran 600 juta akun. Angka tersebut sudah dua kali lebih banyak dibandingkan dua tahun lalu yang tercatat sebanyak 300 juta. *Instagram* menyebutkan dalam 6 bulan terakhir saja (sejak Juni 2016), pengguna *Instagram* bertambah menjadi 100 juta pengguna⁸

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. *Loc.Cit.* <https://apii.or.id/survei2017/download/iOArRWd9K1aVghf6Qcqyz0bXuve3No>; Internet; diakses 30 Januari 2019

Keke, Mahardika. "Pengaruh Instagram terhadap Kehidupan Remaja". *Artikel Jurnal*, 2015. http://www.academia.edu/9797885/pengaruh_instagram_terhadap_kehidupan_remaja (diakses 30 Januari 2019)

Berita Harian Tribun Bangka Belitung. Tersedia di <http://belitung.tribunnews.com/2016/12/16/woow-pengguna-instagram-sudah-mencapai-600-juta>; Internet; diakses 30 Januari 2019

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Lebih lanjut, *Instagram* dan Facebook berhasil menambah fitur-fitur baru seperti *Instagram Stories* dan *Live Video Streaming* yang mirip dengan jejaring sosial pesaingnya yakni *Snapchat*, dan di akhir Februari 2017 *Instagram* kembali berhasil menambahkan fitur album yang menyerupai *Steller*, dan itulah salah satu faktor yang membantu pertumbuhan jumlah pengguna *Instagram*. Facebook sendiri tengah merencanakan untuk menjadikan *Instagram* sebagai mesin uang, semenjak meluncurkan layanan iklan sekitar setahun lalu, pada September 2016. *Instagram* juga sudah berhasil merangkul 500.000 pengiklan dan *Instagram* diproyeksikan akan menghasilkan pendapatan 1,5 Miliar Dollar AS dari iklan *mobile* tahun ini. Pada 2018, pendapatan iklannya diproyeksikan naik menjadi 5 Miliar Dollar AS (tribunnews. com).⁹

Pada tahun 2017 Indonesia menjadi salah satu negara dengan jumlah pengguna terbanyak dan 89% pengguna layanan *Instagram* berasal dari kalangan usia 18-34 tahun yang mengakses *Instagram* setidaknya seminggu sekali. Perempuan mendominasi dengan porsi 63%. Rata-rata, pengguna *Instagram* memposting 150 foto dalam sebulan, dengan lebih dari 80 juta foto dan video dibagikan secara global setiap harinya, dapat dilihat dan menghasilkan 3,5 Miliar jumlah *like* per hari. Berikut temuan lain yang dilakukan oleh PT. TNS Indonesia, sebuah lembaga riset dari Inggris, mengenai studi "Pengguna *Instagram* di Indonesia" (sumber: beritatarag.id)¹⁰.

Tabel 1.1

Perilaku Pengguna *Instagram*

No	Pengguna <i>Instagram</i>	Jumlah
1.	Jumlah pengguna usia 18-24 yang terdidik dan mapan	59%
2.	Pengguna yang menggunakan filter	88%
3.	Pengguna yang menggunakan fitur search	97%
4.	Menuliskan komentar pada postingan dan menandai (<i>mention</i>) teman-teman mereka yang mendorong proses pencarian di <i>Instagram</i>	97%
5.	Pembeli produk dari penjual (<i>brand</i>) yang mereka ikuti (<i>follow</i>)	49%

Sumber: beritatarag.id

Op.Cit

¹⁰ Putra, Ardiansah M. Rizal. *Kemanfaatan Instagram dalam Pembentukan Citra Diri Remaja Wanita di Makassar*. Tesis. Program Pascasarjana Universitas Hasanuddin Makassar, 2017

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

Dari hasil riset tersebut kita dapat melihat bahwa *Instagram* sebagai salah satu media sosial yang turut mengkonstruksi gaya hidup mahasiswa atau kawula muda dalam pembentukan citra diri, seperti fenomena sekarang yang ditinjau pada mahasiswa di Kota Pekanbaru sebagai salah satu pengguna yang dulunya menggunakan *Instagram* sebagai alat untuk membagikan foto dan menyimpan foto lambat laun dengan banyaknya *followers* yang dimilikinya secara tidak sadar pengguna lebih ingin tampil *show off* di depan *followers* mereka dengan cara mengunggah foto barang-barang mewahnya ke *Instagram* hanya untuk mendapatkan tombol like dan komentar-komentar saja untuk membangun citra diri mereka di *Instagram*.

Fenomena inilah yang kerap kali kita lihat pada orang-orang disekitar kita. Kecenderungan untuk selalu tampil di *Instagram* membuat masyarakat sekarang terkhususnya kalangan remaja menjadi candu untuk terus mengunggah foto-foto mereka dan menunjukkan aktifitas mereka kepada pengguna *Instagram* lainnya lalu berharap mendapatkan *like* terbanyak untuk setiap hal yang mereka *upload*. Dengan begitu, mereka akan merasa dapat diterima di lingkungan sosial tanpa perlu berinteraksi secara langsung. Rasa ingin untuk terus mencari jati diri dan eksis di lingkungan sosial, membuat aplikasi *Instagram* ini menjadi salah satu aplikasi yang hits dan di anggap paling ampuh sebagai ajang eksistensi diri.

Hal tersebut diperkuat oleh penelitian Putra yang mengatakan bahwa pengguna *Instagram* khususnya remaja memanfaatkan fitur-fitur yang terdapat pada *Instagram* yang membantu mereka untuk membentuk citra diri dalam media sosial¹. Begitu juga dengan Ayuningthyas dkk yang mengatakan bahwa terdapat alasan penggunaan sosial terutama pada kalangan pelajar yaitu untuk mempresentasikan diri mereka karena di *Instagram* merupakan media sosial yang lebih unggul dan luas serta memiliki fitur yang lebih mendukung¹².

¹ Putra, M. Rizal Ardiansah. *Kemanfaatan Instagram dalam Pembentukan Citra Diri Remaja Wanita di Makassar*. Thesis: Fisipol, Universitas Hasanuddin. 2017

² Ayuningthyas, P.Vidia, Subagya, Slamet, dan Rochani, Siti. *Media Sosial Instagram sebagai Panggung Presentasi Diri pada Siswa SMA Negeri 2 Karanganyar*. Jurnal Sosiologi Antropologi: Universitas Sebelas Maret. 2016

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jadi, dapat diasumsikan bahwa penggunaan media sosial dalam hal ini *Instagram* adalah sebagai bentuk representasi diri penggunanya untuk memberikan *expose* kepada orang yang mengikutinya mengenai apa yang ingin diujarkannya, dalam hal ini kerap kali untuk memberikan kesan yang dapat membentuk citra diri mereka di media sosial. Untuk membuktikan ada pengaruh atau tidaknya kedua hal tersebut, penulis berasumsi bahwa terdapat pengaruh *feed* pada *Instagram* terhadap citra diri penggunanya, dalam hal ini penulis menggunakan sampel mahasiswa yang dapat diistilahkan sebagai mahasiswa baru yang mana dalam hal ini biasanya mereka akan memamerkan aktivitas mereka selama perkuliahan, atau sekedar *men-share* aktivitas kampus seperti membuat tugas dan keikutsertaan dalam berorganisasi lainnya.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti berasumsi dimana ada pengaruh antara citra diri dengan penggunaan *Instagram*, yang dirangkum kedalam judul “**Pengaruh *Feed* pada *Instagram* Terhadap Citra Diri Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).**”

B. Penegasan Istilah

Berikut ini adalah istilah-istilah yang digunakan dalam penelitian ini agar tidak keluar dari ruang lingkup yang diteliti, adapun istilah-istilah yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. *Feed Instagram*

Feed merupakan fitur yang menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna *Instagram*. *Feed* memiliki dua jenis *tab* yaitu “*Following*” dan “*News*”. *Tab* “*following*” menampilkan aktivitas terbaru pada *user* yang telah pengguna *follow*, maka *tab* “*news*” menampilkan notifikasi terbaru terhadap aktivitas para pengguna *Instagram* terhadap foto pengguna, memberikan komentar atau *follow* maka pemberitahuan tersebut akan muncul di *tab* ini¹³

¹³ Atmoko, Dwi Bambang. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita, 2012.

2. Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi dari *smartphone* yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya. *Instagram* juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena *Instagram* mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus¹⁴

3. Citra Diri

Citra adalah kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya tentang fakta-fakta atau kenyataan¹⁵

C. Permasalahan

Adapun permasalahan atau fenomena yang ditemukan peneliti melalui *Instagram* diruang lingkup aktivitas mahasiswa adalah *Instagram* sebagai salah satu media sosial yang turut mengkonstruksi gaya hidup mahasiswa atau kawula muda dalam pembentukan citra diri, seperti fenomena sekarang yang ditinjau pada mahasiswa di Kota Pekanbaru sebagai salah satu pengguna yang dulunya menggunakan *Instagram* sebagai alat untuk membagikan foto dan menyimpan foto lambat laun dengan banyaknya *followers* yang dimilikinya secara tidak sadar pengguna lebih ingin tampil *show off* di depan *followers* mereka dengan cara mengunggah foto barang-barang mewahnya ke *Instagram* hanya untuk mendapatkan tombol like dan komentar-komentar saja untuk membangun citra diri mereka di *Instagram*.

Fenomena inilah yang kerap kali kita lihat pada orang-orang disekitar kita. Kecenderungan untuk selalu tampil di *Instagram* membuat masyarakat sekarang terkhususnya kalangan remaja menjadi candu untuk terus mengupload foto-foto

¹⁴ Atmoko, Dwi Bambang. *OpCit*.

¹⁵ Soemirat, Soleh dan Ardianto, Elvinaro. 2007. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007. Hlm 115

mereka dan menunjukkan aktifitas mereka kepada pengguna *Instagram* lainnya lalu berharap mendapatkan *like* terbanyak untuk setiap hal yang mereka *upload*. Dengan begitu, mereka akan merasa dapat diterima di lingkungan sosial tanpa perlu berinteraksi secara langsung. Rasa ingin untuk terus mencari jati diri dan eksistensi di lingkungan sosial, membuat aplikasi *Instagram* ini menjadi salah satu aplikasi yang *hits* dan di anggap paling ampuh sebagai ajang eksistensi diri.

Jadi, dapat diasumsikan bahwa penggunaan media sosial dalam hal ini *Instagram* adalah sebagai bentuk representasi diri penggunanya untuk memberikan *expose* kepada orang yang mengikutinya mengenai apa yang ingin ditunjukkan, dalam hal ini kerap kali untuk memberikan kesan yang dapat membentuk citra diri mereka di media sosial. Untuk membuktikan ada pengaruh atau tidaknya kedua hal tersebut, penulis berasumsi bahwa terdapat pengaruh *feed* pada *Instagram* terhadap citra diri penggunanya, dalam hal ini penulis menggunakan sampel mahasiswa yang dapat diistilahkan sebagai mahasiswa baru yang mana dalam hal ini biasanya mereka akan memamerkan aktivitas mereka selama perkuliahan, atau sekedar *men-share* aktivitas kampus seperti membuat tugas dan keikutsertaan dalam berorganisasi lainnya.

D. Identifikasi Masalah

1. Batasan Masalah

Agar pembahasan pada penelitian ini tidak keluar dari permasalahan yang telah diuraikan dan untuk mendapatkan hasil penelitian yang komprehensif maka diperlukan pembatasan terhadap masalah penelitian. Pembatasan masalah pada penelitian ini hanya membahas tentang pengaruh *feed* pada *Instagram* terhadap citra diri mahasiswa, terutama mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan pembatasan masalah yang telah diuraikan tersebut, maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah: Adakah pengaruh *feed* pada *Instagram* terhadap citra diri mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau?

Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah: untuk mengetahui pengaruh *feed* pada *Instagram* terhadap citra diri mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

2. Kegunaan Penelitian

Sedangkan hasil dari penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan antara lain bagi pihak-pihak sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi pengembang keilmuan yang mengarahkan kepada pemahaman mengenai media, terutama media sosial *Instagram* yang erat kaitannya dengan judul penelitian. Peneliti berharap penelitian ini juga turut menyumbangkan ide-ide dalam memanfaatkan teknologi informasi dan media konvergensi dalam memenuhi kebutuhan komunikasi.

2. Manfaat Praktis

Agar generasi milenial dapat memanfaatkan *Instagram* secara profit, dapat dijadikan bahan atau referensi bagi pembaca khususnya bagi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang melakukan penelitian dengan hal serupa dan umumnya menambah pengetahuan bagi mereka pengguna *Instagram* dan mereka yang berkecimpung dalam dunia media sosial, tentunya dari aspek penggunaan media sosial yang berkaitan dengan pembentukan citra diri seseorang.

3. Bagi Pihak Lainnya

Menambah sumber referensi untuk dijadikan sebagai acuan dalam penelitian selanjutnya.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pencitraan Diri

1. Pengertian Citra Diri

Citra adalah cara individu menampilkan dirinya pada orang lain untuk membentuk penilaian atau konsepsi orang lain terhadap dirinya. Pencitraan merupakan cara membentuk citra mental pribadi atau gambaran sesuatu. Bisa juga berarti sebagai suatu gambaran visual yang ditimbulkan oleh sebuah kata, frasa atau kalimat.¹⁶

Menurut Achmad, citra merupakan penilaian atau penghargaan dari pihak lain. Lebih lanjut dikatakan bahwa citra diri menjadi sumber energi untuk memotivasi dirinya sendiri maupun orang lain. Yang akan lebih semangat untuk belajar, bekerja, dan berkomunikasi. Semua itu dapat memperkokoh dirinya sebagai makhluk yang terbaik. Citra diri ibarat harum wangi bunga, semerbak memenuhi alam sekitarnya. Citra diri menjadikan makhluk yang kharismatik, berpikir, berucap, dan bertindak secara positif, menjadi manusia yang disenangi, karena selalu menebarkan kebaikan.¹⁷

Citra diri dalam kamus psikologi disebut *self image* (gambar (an)-diri) adalah jati diri seperti yang digambarkan atau yang dibayangkan akan menjadi di kemudian hari.¹⁸

Gambaran diri berkembang pada tingkat berikutnya. Hal ini menunjukkan bagaimana anak melihat dirinya dan pendapatnya tentang dirinya. Gambaran ini (atau rangkaian gambaran-gambaran) berkembang dari interaksi-interaksi

¹⁶ Irfan Fitriadi, *Citra Diri Pengamen Pedesaan (Studi Deskriptif Kualitatif Pencitraan Diri Warga Miskin Dukuh Kalisari, Desa Banyudono, Kecamatan Banyudono, Boyolali)*. Skripsi. FISIPOL, Universitas Sebelas Maret Surakarta. 2011. hlm. 30

¹⁷ Wiyarsih, Maryatun dan Joko Santoso. *Citra Diri Pustakawan di Era Persaingan Bebas (Studi Kasus di Perpustakaan Universitas Gadjah Mada)*. Jurnal Pustakawan Online. <http://pustakawan.perpusnas.go.id/jurnal/2015>

¹⁸ J.P. Chaplin. *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2011. hal.452



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kamal Riau

antara orang tuanya mengharapkan supaya menampilkan tingkah laku-tingkah laku tertentu dan menjauhi tingkah laku yang lain. Orang tua dapat menyebut anak itu “baik” sebagai reaksi terhadap beberapa tingkah laku lain. Dengan mempelajari harapan-harapan orang tua, anak mengembangkan dasar untuk suatu perasaan tanggung jawab moral serta untuk perumusan tentang tujuan-tujuan dan intensi-intensi.

Gambaran diri ini meliputi baik konsep-diri maupun cita-cita seseorang bagi dirinya sendiri, atau dengan istilahistilah lain, dari real (*the real self*) dan diri ideal (*the ideal self*). Banyak pertumbuhan terjadi karena adanya gambaran diri. Salah satu fungsi gambaran diri ini ialah menghubungkan waktu sekarang dan waktu yang akan datang.

Citra diri (*self-image*, *body image*, *citra tubuh*, *gambaran tubuh*) adalah sikap seseorang terhadap tubuhnya secara sadar dan tidak sadar. Sikap ini mencakup persepsi dan perasaan tentang ukuran dan bentuk, fungsi penampilan dan potensi tubuh saat ini dan masa lalu. Dalam buku *Psycho-Cybernetics*, citra diri adalah konsepsi diri sendiri mengenai orang macam apakah diri sendiri. Ini merupakan produk dari pengalaman masa lalu beserta sukses dan kegagalannya, penghinaan dan kemenangannya, serta cara orang lain bereaksi terhadap diri sendiri, terutama dalam masa kecil.¹⁹

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa citra diri adalah gambaran tubuh sendiri yang dibentuk dalam pikiran untuk menyatakan suatu cara penampilan tubuh seperti cantik dan jelek. Citra diri ini penting dalam proses evaluasi diri dan juga penting dalam pengembangan konsep diri. Hal tersebut didukung oleh Maltz yang menyatakan bahwa citra diri adalah konsepsi seseorang mengenai orang macam apakah dirinya. Ini merupakan produk masa lalu beserta sukses

¹⁹ Yustinius, Semiun. *Kesehatan Mental 1: Pandangan umum Mengenai Penyesuaian Diri dan Kesehatan Mental serta Teori-teori yang Terkait*. Yogyakarta: Kanisius. 2006. hal. 300



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Qasim Riau

dan kegagalannya, penghinaan dan kemenangannya serta orang lain bereaksi terhadap dirinya.

2. Komponen Citra Diri

Hurlock menyatakan bahwa untuk mengungkapkan citra diri melalui menghargai diri sendiri, melakukan penilaian yang realistis, mempunyai keyakinan, dan memiliki kebebasan. Menghargai diri sendiri secara realistis atau stabil ketika dipuji. Individu mengetahui karakteristik diri sendiri. Mengetahui seperti apa dirinya yang sesungguhnya. Memiliki penilaian yang realistis atas kemampuan diri sendiri. Individu dapat menghargai diri sendiri dalam hal menerima kelebihan dan kekurangan sehingga bebas menggunakan dan mengembangkan potensi yang dimiliki. Keyakinan diri tanpa harus mengikuti pendapat orang lain. Individu tidak mudah goyah harga dirinya karena pujian, mempunyai rasa percaya diri yang besar tanpa mempermudah orang lain dan mampu membuat keputusan dengan pertimbangan sendiri serta bertanggung jawab terhadap keputusan tersebut. Memiliki kebebasan untuk sadar akan bermacam-macam perasaannya. Individu mampu menerima, mengenali keinginan, harapan, ketakutan, dan kemarahannya sendiri dan menerima kecenderungan emosionalnya bukan dalam bentuk persetujuan diri dalam memiliki kebebasan untuk menyadari sifat-sifat perasaannya.²⁰

Sedangkan menurut Jersild, terdapat tiga komponen dalam citra diri yaitu:²¹

a. Perceptual Component

Komponen ini merupakan image yang dimiliki seseorang mengenai penampilan dirinya, terutama tubuh dan ekspresi yang diberikan pada orang lain. Tercakup didalamnya adalah *attractiveness*, *appropriateness* yang berhubungan dengan daya tarik seseorang bagi

²⁰ Komariyah, Fadilah Nur. *Hubungan Antara Persepsi Gaya Hidup Fashion dengan Citra Diri pada Komunitas Hijabers Surakarta*. Naskah Publikasi. Fakultas Psikologi UMRI Surakarta, 2012. hal.11

²¹ Soemirat, dan Elvinaro Ardianto. 2005. *Dasar-dasar Public Relations*.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

orang lain. Hal ini dapat dicontohkan oleh seseorang yang memiliki wajah cantik atau tampan, sehingga seseorang tersebut disukai oleh orang lain. Komponen ini disebut sebagai *Physical Self Image*.

b. Conceptual Component

Merupakan konsepsi seseorang mengenai karakteristik dirinya, misalnya kemampuan kekurangan dan keterbatasan dirinya. Komponen ini disebut sebagai *Psychological Self Image*.

c. Attitudinal Component Merupakan pikiran dan perasaan seseorang mengenai dirinya, status dan pandangan terhadap orang lain. Komponen ini disebut sebagai *Social Self Image*.

3. Indikator Citra Diri

Brown mengungkapkan bahwa terdapat tiga aspek dalam pengetahuan akan diri sendiri yaitu:²²

a. Dunia Fisik (*Physical World*)

Realitas fisik dapat memberikan suatu arti yang mana mahasiswa dapat belajar mengenai dirinya sendiri. Sumber pengetahuan dari dunia fisik memberikan pengetahuan diri sendiri. Akan tetapi pengetahuan dari dunia fisik terbatas pada atribut yang bisa diukur dengan yang mudah terlihat dan bersifat subjektif dan kurang bermakna jika tidak dibandingkan dengan mahasiswa lainnya. Mahasiswa pada umumnya akan merasa terpacu untuk menunjukkan jati dirinya di media sosial dikarenakan fisik yang dimilikinya.

b. Dunia Sosial (*Social World*)

Sumber masukan untuk mencapai pemahaman akan citra diri adalah masukan dari lingkungan sosial individu. Proses pencapaian pemahaman diri melalui lingkungan sosial tersebut ada dua macam, yaitu:

1) Perbandingan Sosial (*social comparison*)

Serupa dengan dunia fisik, dunia sosial juga membantu memberi gambaran diri mahasiswa melalui perbandingan dengan orang

²² Brown, J.D. *The Self*. Massachusetts: Mc. Graw Hill Inc. 1998

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

lain. Pada umumnya mahasiswa memang cenderung membandingkan dengan mahasiswa lain yang dianggap sama dengannya untuk memperoleh gambaran yang menurut mereka adil. Akan tetapi tidak jarang mahasiswa membandingkan dirinya dengan individu yang lebih baik (disebut *upward comparison*) atau yang lebih buruk (*downward comparison*) sesuai dengan tujuan mereka masing-masing.

2) Penilaian yang tercerminkan (*reflected appraisal*)

Pengetahuan akan diri mahasiswa tercapai dengan cara melihat tanggapan orang lain terhadap perilaku mahasiswa lainnya. Misalnya jika mahasiswa melontarkan gurauan dan individu lain tertawa, hal tersebut dapat menjadi sumber untuk mengetahui bawa mahasiswa tersebut lucu.

c. Dunia dalam / psikologis (*inner/ psychological world*)

Sedangkan untuk sumber berupa penilaian dari dalam diri individu, ada tiga hal yang dapat mempengaruhi pencapaian pemahaman akan citra diri individu, yaitu:

1) Introspeksi (*introspection*)

Introspeksi dilakukan agar individu melihat kepada dirinya untuk mencari hal-hal yang menunjang dirinya. Misalnya seseorang yang merasa dirinya pandai, bila berintrospeksi akan melihat berbagai kejadian dalam hidupnya, misalnya bagaimana dirinya menyelesaikan masalah, menjawab pertanyaan, dan sebagainya.

2) Proses mempersepsi diri (*self perception process*)

Proses ini memiliki kesamaan dengan intropeksi, namun bedanya adalah bahwa proses mempersepsi diri dilakukan dengan melihat kembali dan menyimpulkan seperti apa dirinya setelah mengingat-ingat ada tidaknya atribut yang dicarinya di dalam kejadian-kejadian di hidupnya. Sedangkan introspeksi dilakukan sebaliknya.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3) Atribusi kausal (*causal attributions*)

Cara ini dilakukan dengan mencari tahu alasan dibalik perilaku. Weiner (dalam Brown) mengatakan bahwa atribusi kausal adalah dimana individu menjawab pertanyaan mengapa dalam melakukan berbagai hal dalam hidupnya. Atribusi kausal ini juga dapat dilakukan kepada perilaku orang lain yang berhubungan dengan individu. Dengan mengetahui apa alasan orang lain melakukan suatu perbuatan yang berhubungan dengan individu, sehingga individu tahu bagaimana gambaran diri sebenarnya. Atribusi yang dibuat mempengaruhi pandangan individu terhadap dirinya.²³

Sedangkan menurut Grad, citra diri mengandung beberapa aspek, yaitu:²⁴

- a. Kesadaran (*awareness*) adanya kesadaran tentang citra diri keseluruhan baik yang bersifat fisik maupun non fisik.
- b. Tindakan (*action*) melakukan tindakan untuk mengembangkan potensi diri yang dianggap lemah dan memanfaatkan potensi diri yang menjadi kelebihan.
- c. Penerimaan (*acceptance*) menerima segala kelemahan dan kelebihan dalam dirinya sebagai anugrah dari sang pencipta.
- d. Sikap (*attitude*) bagaimana individu menghargai segala kelemahan dan kelebihan yang dimilikinya.

Citra diri adalah bagaimana seseorang melihat dirinya sendiri, bagaimana bayangan atau gambaran tentang diri seseorang individu itu sendiri mengenai dirinya. Komponen-komponen citra diri menurut Jersild, diantaranya:²⁵

²³ Ibid.

²⁴ Grad. *Krisma: Bagaimana Cara Mendapatkan Keajaiban yang Istimewa Itu*. Jakarta: Bina Rupa Asara. 1996.

²⁵ Jersild, T. Arthur. *The Growing Self: The Psychology Adolescence* (2nd ed).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. *Perceptual Component*

Komponen ini merupakan *image* yang dimiliki seseorang mengenai penampilan dirinya, terutama tubuh dan ekspresi yang diberikan pada orang lain. tercakup didalamnya adalah *attractiviness*, *appropriatiness*, yang berhubungan dengan daya tarik seseorang bagi orang lain. Hal ini dapat dicontohkan oleh seseorang yang memiliki wajah cantik atau tampan, sehingga seseorang tersebut disukai oleh orang lain, komponen ini disebut *physical self image*.

b. *Conceptual Component*

Komponen ini merupakan konsepsi seseorang mengenai karakteristik dirinya, misalnya kemampuan, kekurangan, dan keterbatasan dirinya. Komponen ini disebut *psychological self image*.

c. *Attitudinal Component*

Komponen ini merupakan pikiran dan perasaan seseorang mengenai dirinya, status, dan pandangan terhadap orang lain. komponen ini disebut sebagai *social self image*.

B. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah sebuah sarana yang dibuat untuk memudahkan interaksi sosial dan komunikasi dua arah. Dengan semua kemudahan yang diberikan oleh media sosial ini, penyebaran informasi dari satu individu ke individu lain menjadi sangat mudah²⁶. Menurut Evans, media sosial selalu berubah dari waktu ke waktu sehingga memungkinkan seseorang dapat menjadi kedua pihak, yaitu penerima informasi dan juga penyebar informasi.²⁷

²⁶ Paramitha, Cindy Rizal Putri. *Analisis Faktor Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan dalam Bidang Kuliner*. Thesis. Semarang: Fak. Ekonomi UNDIP, 2011.

²⁷ Evans, Dave. *Social Media Marketing an Hour a Day*. Canada: Wiley Publishing Inc, 2008.

2. Fungsi Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu tempat membangun citra diri seseorang di depan orang lain. Pembangunan popularitas dan eksistensi diri inilah yang menghasilkan kepuasan tersendiri bagi kebanyakan orang. Selain itu, media sosial juga merupakan sarana yang sangat tepat untuk pemasaran. Segala kemudahan mengakses ke berbagai penjuru tempat hanya dengan melalui berbagai jenis *gadget* memudahkan pemasar untuk berkomunikasi dan lebih dekat dengan konsumen. Segala kenyamanan yang bisa didapatkan melalui media sosial inilah yang memicu perkembangan pesat pemakaiannya²⁸

C. Instagram

1. Pengertian Instagram

Instagram berasal dari kata “*instan*” atau “*insta*”, seperti kamera polaroid yang dulu lebih dikenal dengan “foto instan” (Pengertian instagram, 2018, dalam <http://id.wikipedia.org/wiki/instagram>, diakses pada tanggal 10 Desember 2018). Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “*gram*” berasal dari kata “*telegram*”, dimana cara kerja *telegram* adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Begitu pula dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram berasal dari kata “*instan-telegram*”²⁹

Instagram adalah sebuah aplikasi dari *Smartphone* yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

²⁸ Puntoadi, Danis. *Menciptakan Penjualan Melalui Media Sosial*. Jakarta: PT. Elex Komputindo, 2011.

²⁹ Putri, Farina Virginia. *Strategi Promosi Produk Waleu Kaos Lampung dalam Menarik Minat Beli Konsumen*. Skripsi. Universitas Lampung, 2013.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

informasi terhadap penggunaannya. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunaannya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus.³⁰

2. Sejarah Instagram

Welcome To Instagram, inilah kalimat pembuka yang ditulis oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger di blog resminya pada 6 Oktober 2010, yang menandai lahirnya aplikasi photo sharing revolusioner Instagram. Di *startup* yang didirikannya yaitu perusahaan *Burbn, Inc.* Kevin Systrom dan Mike Krieger bekerja keras untuk mewujudkan layanan jejaring sosial berbasis fotografi sesuai impiannya. Steve Jobs pendiri (*Apple*), Bill Gates pendiri (*Microsoft*), Mark Zuckerberg pendiri (*Facebook*), Matt Mullenweg pendiri (*Wordpress*), *google* dan sebagainya adalah para inovator teknologi kelas dunia yang telah mengembangkan produk revolusioner sejak usia muda. Kevin adalah sarjana lulusan Stanfrod University pada tahun 2006 dengan jurusan *Management Science & Engineering*. Kevin mulai mengenal *startup* sejak magang di *Odeo* yang kemudian bernama *Twitter*. Dua tahun setelah itu, kevin bekerja di *google* yang mengerjakan *gmail*, *google reader*, dan lainnya termasuk tim *Corporate Development*.³¹

Setelah keluar dari *google*, Kevin bekerja di perusahaan *Nextstop*, ditempatkan di bagian pemasaran dan melakukan banyak hal mengenai *engineering*. Di perusahaan ini, Kevin menuangkan ide-idenya dengan belajar bagaimana membuat program, salah satu ide yang paling menarik perhatiannya adalah mengombinasikan elemen *FourSquare* (*Check in*) dengan elemen *Mafia Wars*. Kemudian lahirlah nama *Burn*. Kevin kemudian membangun sebuah *prototipe* dari ide HTML dan menyerahkannya kepada beberapa teman. Dalam waktu dua minggu Mike Krieger masuk ke dalam tim *Burn*, Mike merupakan alumni dari

³⁰ Atmoko, Dwi, Bambang. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita, 2012.

³¹ Atmoko, Dwi Bambang. *OpCit*. Hlm. 10



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Stanford University dengan jurusan *Symbolic Systems* dengan fokus pada *Human Computer Interaction*. Selama masa kuliah, Mike magang di *Microsoft* untuk tim *Power Point* dan *Foxmarks (Xmarks)* sebagai *Software developer*.

Burbn, Inc. merupakan teknologi *startup* yang hanya berfokus pada pengembangan aplikasi untuk telepon genggam berbasis HTML5 yang digunakan untuk *check in* lokasi, mendapatkan poin untuk *hang out* dengan teman, posting foto, dan update status. Pada mulanya Burbn, inc. Memiliki fokus yang terlalu banyak di dalam HTML5 Mobile (*Hiper text markup language 5*), namun kedua CEO (*Chief Executive Officer*). Kevin Systrom dan Mike Krieger sekarang hanya memfokuskan pada satu hal saja.

Dan membuat sebuah versi *prototipe* pertama dari Burbn, yang berfokus pada foto saja. Namun di dalamnya masih banyak kendala dan belum sempurna, sehingga Kevin dan Mike memutuskan untuk kembali menciptakan versi asli Burn. Versi Burbn yang sudah final adalah aplikasi yang dapat digunakan di dalam iphone, yang dimana isinya terlalu banyak fitur-fitur. Sulit bagi Kevin Systrom dan Mike Krieger untuk mengurangi fitur-fitur yang ada dan memulai lagi dari awal, namun Kevin dan Mike hanya memfokuskan pada bagian foto, komentar dan juga kemampuan untuk menyukai sebuah foto, itulah yang akhirnya yang menjadi awal mula munculnya media sosial Instagram. Karena *passion* Kevin di bidang fotografi, ternyata tren pengguna Burn lebih banyak memanfaatkan fitur *photo sharing* dibandingkan fitur lainnya. Akhirnya yang tersisa adalah sebuah *prototipe* aplikasi *photo sharing*.

Instagram membutuhkan proses sekitar satu minggu untuk mencari nama baru yang sesuai dengan semangat dari aplikasi tersebut. Kevin dan Mike mengombinasikan aspek “*right here right now*” dengan ide merekam sesuatu dalam kehidupan pengguna. Karakteristik lain yang dibutuhkan adalah nama tersebut harus dieja dengan mudah oleh semua orang. Maka, ditemukanlah nama Instagram.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kevin dan Mike selama delapan minggu melakukan perbaikan Burn untuk bertransformasi menjadi Instagram (IG) yang hanya fokus ke layanan berbagai foto, dan menganalisis kelebihan dan kekurangannya, dari analisis tersebut, ada tiga hal yang menjadi dasar Kevin dan Mike mengembangkan aplikasi ini. Pertama, *photo mobile* terlihat kurang memuaskan. Meskipun jumlah megapiksel pada kamere ponsel terus naik, kebanyakan *photo mobile* tidak memiliki *mood* dan *tone*, Instagram berupaya untuk mengubahnya dengan cara sederhana untuk foto menggunakan beberapa *preset filter* hanya dengan satu klik.

Salah satu yang dijadikan ciri khas adalah membuat efek *filter*, pembuatan *filter* ini merupakan kombinasi dari banyak metode yang berbeda. *Kedua*, kesulitan untuk berbagai kesemua teman-teman, IG (*Instagram*) kemudian membuat cara yang sangat sederhana untuk berbagai foto tidak hanya dengan pengikutnya dalam komunitas Instagram, tetapi juga dengan Facebook, Twitter, Flickr, dan Tumblr. Semuanya hanya dengan satu klik. *Ketiga*, butuh waktu yang sangat lama untuk upload foto dan melihatnya pun sangat lambat, Instagram berupaya membuat pengalaman mengunggah, berbagi, dan melihat foto sehalus dan secepat mungkin dengan perangkat iphone terbaru atau yang lama sekalipun. Karakteristik berikutnya adalah menciptakan format tampilan foto. Foto persegi dipilih karena sangat baik ketika ditampilkan dalam format *feed*. Saat pembuatan aplikasi ini, Kevin dan Mike berfokus hanya di *iphone*.

Peluncuran Instagram pertama kali berlangsung sukses karena tidak menggunakan iklan, hanya mengandalkan viral marketing yang berhasil menjaring 25 ribu pengguna di hari pertama. Di masa-masa awal ini, Kevin dan Mike hanya menggunakan kotak kecil di pengelolaan data *center* untuk menyimpan foto-foto dari pengguna. Dalam waktu seminggu saja, penggunaanya telah berjumlah 100 ribu orang. Maka dengan cepat pula Kevin dan Mike melakukan *upgrade*. Seluruh situs Instagram dipindah ke layanan berbasis *Cloud Amazon* yang lebih kredibel.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Dalam waktu singkat *buzz* di jejaring sosial terutama twitter membuat aplikasi ini semakin populer karena berada di trending topic dalam waktu yang cukup lama. Dalam waktu sekitar 2,5 bulan pengguna Instagram dengan cepat telah meningkat menjadi satu juta orang. Selama lebih dari setahun, Instagram hadir secara eksklusif di *platform* IOS. Kini Instagram mendapatkan kedudukan istimewa dari Apple, *App Store* telah beberapa kali memberikan apresiasi kepada Instagram, seperti masuk dalam *featured app*, *top free app* untuk kategori fotografi, dan puncaknya adalah diberikannya penghargaan sebagai *App Of The Year 2011*. *App Store* adalah layanan katalog aplikasi digital yang disediakan oleh Apple untuk perangkat IOS yang terdiri dari iphone, ipad touch dan ipad.

Instagram menjadi layanan *photo sharing* yang handal dengan sejuta pengguna. Kevin dan Mike mulai menempatkan ke *platform* lain yaitu Android, karena *platform* buatan google ini relatif baru namun sekarang menjadi terbesar di dunia. Masuk ke *platform* buatan google berarti menjangkau lebih banyak lagi pengguna di seluruh dunia. Pada tanggal 3 April 2012 menjadi hari bersejarah bagi Instagram karena telah sukses berada *platform* di android. Jumlah pengguna Instagram sebelumnya berjumlah 30 juta bertambah 1 juta hanya dalam 12 jam dan terus meningkat. Hal ini yang membuat nilai harga Instagram sebagai layanan *photo sharing* dan Burbn sebagai perusahaan semakin tinggi. Pada tanggal 1 mei 2012 jumlah pengguna menjadi 50 juta dan terus bertambah 5 juta tiap minggunya. Hanya berselang 9 hari setelah *booming* kehadirannya di android, perusahaan ini diakuisi oleh Facebook

Instagram banyak penggunanya karena kemudahan dan kecepatannya dalam berbagai foto yang diambil bergaya retro yang menarik. Pengguna dapat memanfaatkan 17 *filter* foto yang mengubah warna dan memberi kesan foto yang berbeda. Instagram memberikan cara baru berkomunikasi di jejaring sosial melalui foto. Konsep jejaring



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

sosial dengan “*follow*”, “*like*” foto dan “*popular*” yang menjadikan Instagram semakin banyak penggunanya. Pengguna *Smartphone* menjadi lebih gemar memotret. Namun tujuan dibuatnya Instagram bukanlah hanya sebuah aplikasi foto, melainkan sebuah cara baru berkomunikasi lewat gambar dan merupakan komunikasi yang berbeda. Karena aplikasi pengolah foto adalah sebuah alat

Instagram resmi lahir dan dirilis untuk platform IOS pada tanggal 6 Oktober 2010. Sebanyak 25 ribu pengguna berhasil terjaring untuk mendaftar di hari pertama. Pada tanggal 13 Oktober 2010 pengguna mencapai 100 ribu, pada tanggal 21 Desember 2010 Instagram mencapai 1 juta pengguna, kemudian Instagram mengeluarkan fitur *hashtag* atau tagar pada tanggal 27 Januari 2011 agar memudahkan pengguna untuk menemukan foto dan pengguna lainnya, pengguna bertambah menjadi 1,75 juta pada tanggal 02 Februari 2011 dan foto-foto Instagram mendapatkan like sebanyak 78 juta dan tanggal 15 Februari mencapai 2 juta. Pada tanggal 12 juli dalam waktu 8 bulan telah berhasil memiliki 5 juta pengguna dan 100 juta foto yang diunggah di Instagram. Dibandingkan dengan *Flickr* yang perlu waktu 2 tahun untuk mencapai rekor ini. Instagram merilis versi 2.0 pada tanggal 20 September 2011 dengan fitur yang *live filter*, *instan tilt shift* dan resolusi tinggi.

3. Fitur-Fitur *Instagram*

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan mengambil gambar atau foto yang menerapkan filter digital untuk mengubah tampilan efek foto, dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Instagram memiliki lima menu utama yang semuanya terletak dibagian bawah yaitu sebagai berikut:

1. *Home Page*

Home page adalah halaman utama yang menampilkan (*timeline*) foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Cara melihat foto yaitu hanya dengan menggeser layar dari bawah ke atas



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

seperti saat *scroll mouse* di komputer. Kurang lebih 30 foto terbaru dimuat saat pengguna mengakses aplikasi, Instagram hanya membatasi foto-foto terbaru.

2. *Comments*

Sebagai layanan jejaring sosial Instagram menyediakan fitur komentar, foto-foto yang ada di Instagram dapat dikomentari di kolom komentar. Caranya tekan ikon bertanda balon komentar di bawah foto, kemudian ditulis kesan-kesan mengenai foto pada kotak yang disediakan setelah itu tekan tombol *send*.

3. *Explore*

Explore merupakan tampilan dari foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna Instagram. Instagram menggunakan algoritma rahasia untuk menentukan foto mana yang dimasukkan ke dalam *explore feed*.

4. *Profile*

Profile pengguna dapat mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik itu dari pengguna maupun sesama pengguna yang lainnya. Halaman profil bisa diakses melalui ikon kartu nama di menu utama bagian paling kanan. Fitur ini menampilkan jumlah foto yang telah diupload, jumlah follower dan jumlah following.

5. *News Feed*

New feed merupakan Fitur yang menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram. *News feed* memiliki dua jenis *tab* yaitu “*Following*” dan “*News*”. *Tab* “*following*” menampilkan aktivitas terbaru pada *user* yang telah pengguna *follow*, maka *tab* “*news*” menampilkan notifikasi terbaru terhadap aktivitas para pengguna *Instagram* terhadap foto pengguna, memberikan komentar atau *follow* maka pemberitahuan tersebut akan muncul di *tab* ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Menurut Atmoko, ada beberapa bagian yang sebaiknya diisi agar foto yang di unggah lebih mempunyai makna informasi, bagian-bagian tersebut yaitu:

1. Judul

Judul atau caption foto bersifat untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan pada pengguna tersebut.

2. *Hashtag*

Hashtag adalah *symbol* bertanda pagar (#), fitur pagar ini sangatlah penting karena sangat memudahkan pengguna untuk menemukan foto-foto di *Instagram* dengan *hashtag* tertentu.

3. Lokasi

Fitur lokasi adalah fitur yang menampilkan lokasi dimana pengguna pengambilannya. Meski *Instagram* disebut layanan *photo sharing*, tetapi *Instagram* juga merupakan jejaring sosial. Karena pengguna bisa berinteraksi dengan sesama pengguna.

Ada beberapa aktivitas yang dapat dilakukan di *Instagram*, yaitu sebagai berikut:

1. *Follow*

Follow adalah pengikut, dari pengguna *Instagram* pengguna satu agar mengikuti atau berteman dengan pengguna lain yang menggunakan *Instagram*.

2. *Like*

Like adalah suatu ikon dimana pengguna dapat menyukai gambar ataupun foto pada *Instagram*, dengan cara menekan tombol like dibagian bawah caption yang bersebelahan dengan komentar. Kedua, dengan *double tap* (mengetuk dua kali) pada foto yang disukai.

3. Komentar

Komentar adalah aktivitas dalam memberikan pikirannya melalui kata-kata, pengguna bebas memberikan komentar apapun terhadap foto, baik itu saran, pujian atau kritikan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

4. Mentions

Fitur ini adalah untuk menambah pengguna lain, caranya dengan menambah tanda *arroba* (@) dan memasukan akun *instagram* dari pengguna tersebut.

4. Langkah-Langkah Membuat Instagram

Langkah-langkah membuat Instagram di android sebagai berikut:

1. Instalasi

Proses pertama kali yang dilakukan ketika memakai *Instagram* adalah menginstalnya di ponsel, yaitu buka *App Store* untuk *iPhone* dan *Play Store* untuk *Android* dan mengunduhnya di *memory* sehingga aplikasinya terinstal.

2. Registrasi

Registrasi sangat penting dalam menggunakan *Instagram*, karena registasi adalah sebuah akun yang merupakan identitas resmi sebagai pengguna *Instagram*, berikut cara registrasi *Instagram*:

a. Jalankan aplikasi Instagram

Terdapat dua menu pilihan, yaitu “*Sign Up*” untuk mendaftar dan “*Log in*” jika telah memiliki akun. Tekan tombol *Sign Up* untuk melakukan registrasi.

b. Masuk ke halaman *Sign Up*

Masuk ke halaman *Sign Up* isi data-data yang diperlukan. Hanya tiga hal yang wajib di isi yaitu *email*, *username* dan *password*.

c. *Set Profile Picture*

Set Profil picture untuk mengatur gambar profil, yaitu dengan memotret langsung, mengambil dari gambar yang sudah ada di *memory*

d. Tekan tombol *sign up* untuk mendaftar.

D. Feed Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan mengambil gambar atau foto yang menerapkan filter digital untuk mengubah tampilan efek foto, dan

membagikannya ke berbagai layanan media sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Salah satu keunggulan fitur pada *Instagram* yaitu *feed*. *Feed* pada *Instagram* merupakan tampilan foto yang ada pada profil pengguna *Instagram* yang mana dapat dilihat ketika seseorang mengunjungi profil *following/followersnya*, ketika seseorang mengunjunginya maka akan terdapat tampilan foto-foto yang pernah diunggah oleh pengguna tersebut, semakin banyak jumlah foto yang diunggah maka akan semakin banyak pula *feed* yang dimiliki oleh seseorang tersebut.

Menurut Alex dan Andrew yang merupakan *founder* dari *preview app* mengatakan bahwa terdapat hal-hal penting yang harus diketui saat mengolah *feed Instagram*, artinya Alex dan Andrew menyarankan untuk mengatur tampilan *feed* pengguna *Instagram* semenarik mungkin karena akan mendapatkan *exposure* berupa bertambah atau meningkatnya *followers* yang dapat dikembangkan menjadi lahan bisnis bagi beberapa orang.³² Alex dan Andrew juga memberikan tips untuk mengembangkan *feed* pada *Instagram* agar semakin menarik dilihat, sebagai berikut:

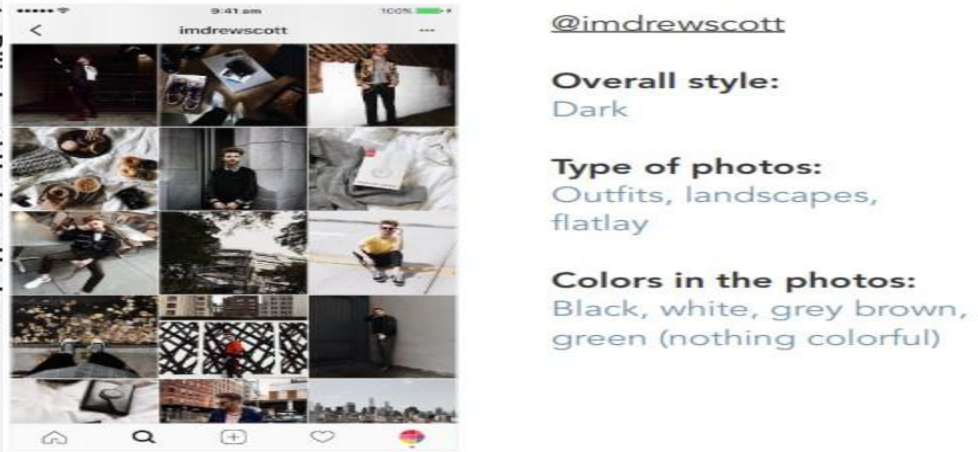
1. Choose a Style

Maksudnya, ini merupakan langkah pertama dalam membentuk tampilan *feed Instagram* yang menarik tentunya sebagai pengguna harus memilih atau mengusung tema yang semenarik mungkin. Lebih lanjut, Alex dan Andrew menyarankan agar tema tersebut dipilih berdasarkan:

- Dark / Moody*, yaitu nuansa untuk memberikan kesan horror jika ingin membangun konten-konten horror pada *feed Instagram* nya
- White*, penuh dengan warna putih yang mana setiap foto yang diunggah memiliki efek berwarna putih.
- Colorful*, yaitu penuh dengan warna-warni yang akan menghiasi tampilan *feed*

³² Alex dan Andrew. *Complete Instagram Guide by Preview APP*. Dapat diakses di <https://thepreviewapp.com/wp-content/uploads/2018/03/instagram-.2018>.

Gambar 2.1
Contoh *feed* Instagram Tema *Dark*

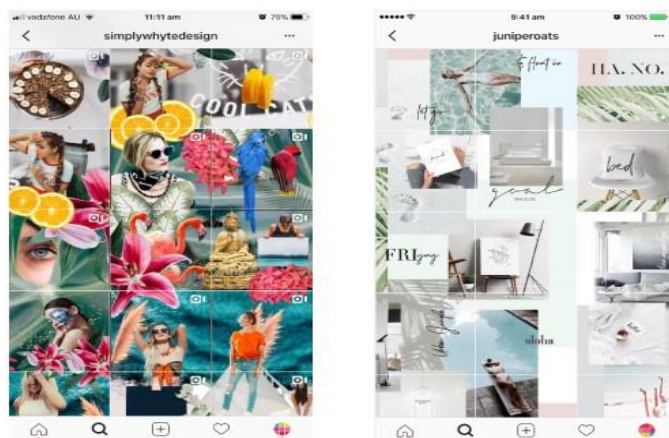


Gambar diatas merupakan bentuk tampilan *feed* yang bertemakan *dark* atau nuansa gelap, artinya pengguna *Instagram* dapat dengan senantiasia untuk menentukan tema apa yang akan dibuat untuk *feed* mereka dan jika mereka suka dengan nuansa yang gelap mereka dapat memilih tema *dark* seperti gambar diatas.

2. Choose a Grid Layout

Untuk memperindah tampilan *feed* dapat menentukan *grid layout* yaitu bingkai yang dapat memperindah tampilan *feed* pada *Instagram* penggunaanya seperti contoh dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 2.2
Contoh *Layout* berbentuk *Puzzle*



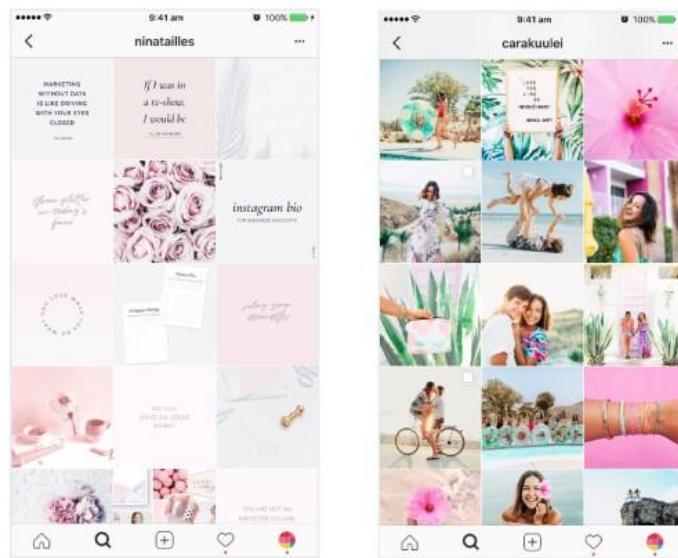
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Tampilan diatas menunjukkan bahwa *feed* pengguna instagram dapat membuat tampilan menyerupai *layout*, maksudnya yaitu pengguna dapat menjadikan 1 atau 2 foto kedalam beberapa *feed* sehingga secara keseluruhan menyerupakai sebuah *layout* yang disebut dengan *grid* yang membentuk foto per foto didalam satu beberapa *feed*.
3. *Choose a Collor Palette*

Gambar 2.3
Menentukan Warna Terbaik



Penggunaan *feed Instagram* adalah sebagai bentuk representasi diri penggunaanya untuk memberikan *expose* kepada orang yang mengikutinya mengenai apa yang ingin ditunjukkannya, dalam hal ini kerap kali untuk memberikan kesan yang dapat membentuk citra diri mereka di media sosial. Untuk membuktikan ada pengaruh atau tidaknya kedua hal tersebut, penulis berasumsi bahwa terdapat pengaruh *feed* pada *Instagram* terhadap citra diri penggunaanya, dalam hal ini penulis menggunakan sampel mahasiswa yang dapat diistilahkan sebagai mahasiswa baru yang mana dalam hal ini biasanya mereka akan memamerkan aktivitas mereka selama perkuliahan, atau sekedar *men-share* aktivitas kampus seperti membuat tugas dan keikutsertaan dalam berorganisasi lainnya.

Hal tersebut diperkuat oleh penelitian Putra yang mengatakan bahwa pengguna *Instagram* khususnya remaja memanfaatkan fitur-fitur yang terdapat pada *Instagram* yang membantu mereka untuk membentuk citra diri dalam media sosial. Begitu juga dengan Ayuningthyas dkk yang mengatakan bahwa terdapat penggunaan sosial terutama pada kalangan pelajar yaitu untuk mempresentasikan diri mereka karena di *Instagram* merupakan media sosial yang lebih unggul dan luas serta memiliki fitur yang lebih mendukung³⁴.

E. Kajian Terdahulu

Adapun kajian terdahulu ini berguna untuk membandingkan hasil penelitian sehingga pada penelitian ini dapat ditemukan kebaharuan baik dari segi persamaan penelitian ataupun perbedaan penelitian. Penelitian terdahulu yang digunakan peneliti sebagai acuan penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Metode Analisis	Hasil	Perbedaan dan Persamaan
1	Rama Kertamukti (2015) Jurnal Komunikasi PROFETIK Vol. 08 No.1	Instagram dan Pembentukan Citra (Studi Kualitatif Komunikasi Visual dalam Pembentukan Personal Karakter Account Instagram @basukibtp) ³⁵	Deskriptif kualitatif	Melihat sikap Ahok dalam kenyataan dan ditampilkan dalam Instagram memperkuat identitasnya dan bisa berubah tergantung interaksi dengan orang lain, Instagram	Pada penelitian ini terdapat perbedaan seperti: Lokasi penelitian yang berbeda dan juga metode analisis yang digunakan, pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif sementara pada penelitian ini nantinya akan

³³ Putra, M. Rizal Ardiansah. *Kemanfaatan Instagram dalam Pembentukan Citra Diri Remaja Wanita di Makassar*. Thesis: Fisipol, Universitas Hasanuddin. 2017

³⁴ Ayuningthyas, P.Vidia, Subagya, Slamet, dan Rochani, Siti. *Media Sosial Instagram sebagai Panggung Presentasi Diri pada Siswa SMA Negeri 2 Karanganyar*. Jurnal Sosiologi Antropologi: Universitas Sebelas Maret. 2016

³⁵ Kertamukti, Rama. *Instagram dan Pembentukan Citra (Studi Kualitatif Komunikasi Visual dalam Pembentukan Karakter Account Instagram @basukibtp)*. Jurnal Komunikasi PROFETIK Vol. 8 No. 1 (2015)

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau					
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang					
Erni Dwi Pratiwi (2016)	Faktor yang Mempengaruhi Niat Menggunakan Instagram dengan <i>The Theory of Reasoned Action</i> Menggunakan Amos 21 ³⁶	Analisis jalur (<i>path analysis</i>)	Berdasarkan hasil penelitian ini maka dapat diambil kesimpulan bahwa:	Terdapat perbedaan pada penelitian ini yaitu selain lokasi dan objek yang diteliti, terdapat bentuk analisis data yang mana pada penelitian ini menggunakan analisis jalur dikarenakan peneliti tersebut mengkaji faktor-faktor, sementara pada penelitian ini nantinya hanya akan mengkaji bagaimana bentuk pengaruh dari <i>feed instagram</i> terhadap citra diri. Kemudian terdapat persamaan pada	
Jurnal Teknik Komputer AMIK BSI Vol. 2 No. 1			1. Norma tidak mempengaruhi niat untuk menggunakan aplikasi instagram. 2. Niat untuk menggunakan aplikasi instagram oleh penggunaannya dipengaruhi oleh rasa	menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan uji hipotesis. Kemudian terdapat persamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan <i>instagram</i> sebagai objek yang diteliti sebagai bentuk representasi dari citra diri seseorang yang diteliti.	

³⁶ Pratiwi, Dwi Erni. Faktor yang Mempengaruhi Niat Menggunakan *Instagram* dengan *The Theory of Reasoned Action* Menggunakan Amos 21. Jurnal Teknik Komputer AMIK BSI Vol. 2 No. 1 (2016)

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	3	Andry Ivana Riski (2017) Naskah Publikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta	Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dengan Harga Diri ³⁷	Kuantitatif korelasional	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial instagram dengan harga diri.	penelitian ini yaitu dilihat dari objek yang digunakan serta metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif. Pada penelitian ini terdapat perbedaan seperti: Lokasi penelitian yang berbeda dan juga metode hingga teknik analisis yang digunakan, pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif sementara pada penelitian ini nantinya akan menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan uji hipotesis. Kemudian terdapat persamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan <i>instagram</i> sebagai objek yang diteliti sebagai bentuk representasi dari citra seseorang yang diteliti.
	4	Iandesi Andarwati (2016)	Citra Diri ditinjau Dari Intensitas Penggunaan	Korelasional survey	Terdapat hubungan positif dan signifikan	Pada penelitian ini terdapat perbedaan seperti: Lokasi penelitian

³⁷ Riski, Andry Ivana. *Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dengan Harga Diri*. Naskah Publikasi. Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2017.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>	<p><i>E-Journal Bimbingan dan Konseling Edisi 3 Tahun Ke-5</i></p>	<p>Media Jejaring Sosial Instagram pada Siswa Kelas XI SMA N 9 Yogyakarta³⁸</p>		<p>antara intensitas penggunaan media jejaring sosial instagram dengan citra diri pada siswa kelas XI SMA Negeri 9 Yogyakarta dengan koefisien korelasi sebesar 0,298 dan taraf signifikansi sebesar 0,03, artinya semakin tinggi intensitas penggunaan media jejaring sosial instagram maka semakin tinggi citra diri dan sebaliknya semakin rendah intensitas penggunaan media jejaring sosial instagram maka semakin rendah citra diri.</p>	<p>yang berbeda dan juga metode hingga teknik analisis yang digunakan, pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif sementara pada penelitian ini nantinya akan menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan uji hipotesis. Kemudian terdapat persamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan <i>instagram</i> sebagai objek yang diteliti sebagai bentuk representasi dari citra diri seseorang yang diteliti.</p>
<p>5</p>	<p>Angelina Santoso (2012) Jurnal</p>	<p>Pengaruh media Sosial Facebook Terhadap</p>	<p>Kuantitatif</p>	<p>Hasil penelitian menyatakan bahwa media</p>	<p>Pada penelitian ini terdapat perbedaan seperti: Lokasi penelitian</p>

³⁸ Andarwati, Iandesi. *Citra Diri ditinjau dari Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram pada Siswa Kelas XI SMAN 9 Yogyakarta*. E-Journal Bimbingan dan Konseling Vol. 3 No. 5 (2016)

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Marketing Communication Universitas Bina Nusantara	Peningkatan Citra ATND Pada PT. Burwina Prodata Indonesia ³⁹		sosial Facebook berpengaruh terhadap peningkatan citra merek ATND sebesar 60.2%	yang berbeda dan juga metode hingga teknik analisis yang digunakan, pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif sementara pada penelitian ini nantinya akan menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan uji hipotesis. Kemudian terdapat persamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan <i>instagram</i> sebagai objek yang diteliti sebagai bentuk representasi dari citra diri seseorang yang diteliti.
--	---	--	---	--

F. Definisi Konseptual dan Operasional Variabel

1. Definisi Konseptual

1. *Feed* (X)

Feed merupakan fitur yang menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna *Instagram*. *Feed* memiliki dua jenis *tab* yaitu “*Following*” dan “*News*”. Tab “*following*” menampilkan aktivitas terbaru pada user yang telah pengguna follow, maka *tab* “*news*” menampilkan notifikasi terbaru terhadap aktivitas

³⁹ Santoso, Angelina. Pengaruh Media Sosial Facebook Terhadap Peningkatan Citra ATND pada PT. Burwina Prodata Indonesia. Jurnal Marketing Communication: Universitas Bina Nusantara. 2012



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

para pengguna Instagram terhadap foto pengguna, memberikan komentar atau *follow* maka pemberitahuan tersebut akan muncul di tab ini.

2. Citra (Y)

Citra diri adalah bagaimana seseorang melihat dirinya sendiri, bagaimana bayangan atau gambaran tentang diri seseorang individu itu sendiri mengenai dirinya.

2. Operasional Variabel

Pada penelitian ini, terdapat dua jenis variabel yang digunakan guna menguji hipotesis yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*) yang terdiri dari:

Tabel 2.2
Konsep Operasional Variabel

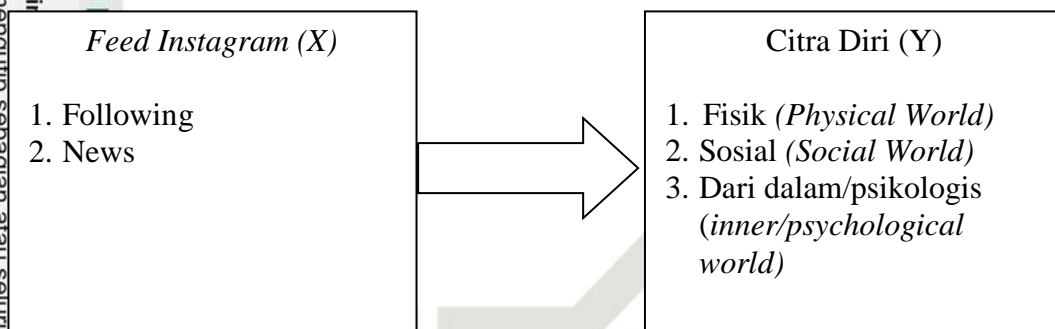
No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	Feed (X)	Feed merupakan fitur yang menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna <i>Instagram</i> .	1. <i>Following</i> 2. <i>News</i>	<i>Likert</i> atau Interval
2.	Citra (Y)	Citra adalah kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya tentang fakta-fakta atau kenyataan	1. Fisik (<i>Physical World</i>) 2. Sosial (<i>Social World</i>) 3. Dari dalam/Psikologis (<i>Inner/psychology World</i>)	<i>Likert</i> atau Interval

Sumber: Modifikasi Data Peneliti, 2019

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

Gambar 2.4
Kerangka Pikir



Instagram banyak penggunanya karena kemudahan dan kecepatannya dalam berbagai foto yang diambil bergaya retro yang menarik. Pengguna dapat memanfaatkan 17 *filter* foto yang mengubah warna dan memberi kesan foto yang berbeda. *Instagram* memberikan cara baru berkomunikasi di jejaring sosial melalui foto. Konsep jejaring sosial dengan “*follow*”, “*like*” foto dan “*popular*” yang menjadikan *Instagram* semakin banyak penggunanya. Pengguna *Smartphone* menjadi lebih gemar memotret. Namun tujuan dibuatnya *Instagram* bukanlah hanya sebuah aplikasi foto, melainkan sebuah cara baru berkomunikasi lewat gambar dan merupakan komunikasi yang berbeda. Karena aplikasi pengolah foto adalah sebuah alat.

Berbeda dengan *Feed Instagram* yang dapat menunjukkan sisi “*show off*” diri pengguna karena atensi dari pengguna *Instagram* terbaru sekarang rata-rata banyak yang menyukai dengan menge-post foto tersebut. Dapat disimpulkan kembali bahwa media sosial merupakan salah satu tempat membangun citra diri seseorang di depan orang lain. Pembangunan popularitas dan eksistensi diri inilah yang menghasilkan kepuasan tersendiri bagi kebanyakan orang. Selain itu, media sosial juga merupakan sarana yang sangat tepat untuk pemasaran. Segala kemudahan mengakses ke berbagai penjuru tempat hanya dengan melalui berbagai jenis *gadget* memudahkan pemasar untuk berkomunikasi dan lebih dekat dengan konsumen. Segala kenyamanan yang bisa didapatkan melalui media sosial inilah yang memicu perkembangan pesat pemakaiannya.

Hak Cipta Dilindungi
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak ci

UIN SUSKA RIAU

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

G. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara dari peneliti terhadap pertanyaan penelitiannya sendiri⁴⁰. Dari landasan teoritis, hubungan antar variabel dan kerangka penelitian diatas, dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H_a (Hipotesis Alternatif)

1. *Feed* pada *Instagram* berpengaruh terhadap pencitraan diri mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

H_o (Hipotesis Null)

1. *Feed* pada *Instagram* tidak berpengaruh terhadap pencitraan diri mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

⁴⁰ Kuncoro, Ahmad. *Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur*. Bandung: Alfabeta, 2008.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Dimana metode penelitian deskriptif ini berusaha memahami situasi, menafsirkan serta menggambarkan suatu peristiwa atau fenomena keadaan objek yang terjadi. Kemudian, dalam penelitian ini menggunakan pendekatan metode survey yaitu metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung berhubungan dengan objek penelitian. Survey dilakukan terhadap mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Menurut Sugiyono, metode penelitian survey adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesioner) yang tidak mendalam, dan hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasikan⁴².

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang dipilih secara proporsional berdasarkan kriteria-kriteria yang akan ditentukan oleh peneliti guna mendapatkan data yang akurat dan mewakili jumlah populasi yang ada. Penelitian ini akan dilaksanakan terhadap pengguna *Instagram* khususnya mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang menggunakan *Instagram*. Penelitian ini akan dilakukan pada bulan Februari 2019 – Maret 2019.

⁴¹ Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2012. Hlm. 2

⁴² Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta, 2015. Hlm. 81

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi yaitu sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu⁴³. Adapun yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau angkatan 2018 yang berjumlah 357 mahasiswa yang terdiri dari 165 mahasiswa laki-laki dan 192 mahasiswa perempuan. Adapun alasan pemilihan sampel berdasarkan angkatan tersebut dikarenakan pada masa itu mereka selaku pengguna *Instagram* diistilahkan sebagai mahasiswa baru yang mana dalam hal ini biasanya mereka akan memamerkan aktivitas mereka selama perkuliahan, atau sekedar *men-share* aktivitas kampus seperti membuat tugas dan keikutsertaan dalam berorganisasi lainnya.

2. Sampel

Menurut Sugiyono, sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul - betul representatif (mewakili)⁴⁴.

Memperhatikan pernyataan tersebut, karena jumlah populasi lebih dari 100 orang, maka penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan pertimbangan tertentu (*Purposive Sampling*) dikarenakan objek penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau angkatan 2018. Sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan rumus dari *Taro Yamane* atau *Slovin* dalam Riduwan sebagai berikut⁴⁵:

⁴³ Ibid. Hlm. 81

⁴⁴ Ibid

⁴⁵ Riduwan. *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2010.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

$$n = \frac{N}{N d^2 + 1}$$

Keterangan : n = Jumlah sampel
 N = Jumlah populasi = 357 mahasiswa
 d² = Presisi (ditetapkan 10% dengan tingkat kepercayaan 95%)

Berdasarkan rumus tersebut diperoleh sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N d^2 + 1}$$

$$n = \frac{357}{(357) 0,1^2 + 1}$$

$$n = \frac{357}{4.57}$$

$$n = 78.11 = 78 \text{ responden}$$

Jadi sampel yang diambil berdasarkan rumus *Taro Yamene* atau *Slovin* sebesar 78 responden dengan kriteria sebagai berikut:

1. Pengguna aktif Instagram
2. Laki-laki atau perempuan
3. Memiliki foto atau video pada *feed* Instagram minimal 9 foto dengan caption yang bermacam-macam dan aktif/pernah mengunggah foto atau video pada *instastory*.

D. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan sebagai penunjang dalam penelitian ini, maka pengumpulan data dilakukan dengan cara:

1. Dokumentasi

Penelitian ini dilakukan untuk studi pendahuluan guna mencari data-data tentang jumlah mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau angkatan 2018 dengan cara pengumpulan data-data sekunder dari pra-riset, mempelajari dan

mengumpulkan informasi dari buku-buku dan jurnal yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.

2. Kuesioner

Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Setiap jawaban disajikan dalam bentuk skala *likert*, digunakan untuk mengukur sikap dan persepsi seseorang tentang kejadian atau gejala sosial dan ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, disesuaikan dengan pertanyaan, artinya diberikan kepada responden untuk menjawabnya seperti berikut ini:⁴⁶

Tabel 3.1
Skala *Likert*

No	Alternatif Jawaban	Kode Jawaban	Keterangan
1.	Sangat Setuju	SS	5
2.	Setuju	S	4
3.	Kurang Setuju	K	3
4.	Tidak Setuju	TS	2
5.	Sangat Tidak Setuju	STS	1

E. Uji Validitas

1. Uji Validitas Data

Menurut Ghazali, uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tertentu. Pengujian ini dilakukan dengan uji *person correlation*. Pengujian validitas data dapat diperoleh dengan cara mengorelsikan skor yang diperoleh pada setiap item pertanyaan dengan skor total dari masing-masing *construct*.⁴⁷

⁴⁶ Ibid. Hlm. 142

⁴⁷ Ghazali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8) Cetakan Ke VIII*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016. Hlm. 47



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

$$r_{\text{hitung}} = \frac{n (\sum X_i Y_i) - (\sum X_i) (\sum Y_i)}{\sqrt{(n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2) (n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2)}}$$

Keterangan :

- r_{hitung} = Koefisien korelasi
 X_i = Jumlah skor item
 Y_i = Jumlah skor total (seluruh item)
 n = Jumlah responden

Selanjutnya dihitung dengan uji - t dengan rumus:

$$t_{\text{hit}} = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

- t = Nilai t-hit
 r = Koefisien korelasi hasil r-hit
 n = Jumlah responden

Distribusi (Tabel t) untuk $\alpha = 0.05$ dan derajat kebebasan (dk = n -2)

Kaidah keputusan jika:

- $t_{\text{hit}} > t_{\text{tab}}$ berarti valid
 $t_{\text{hit}} < t_{\text{tab}}$ berarti tidak valid

Jika *instrument* itu valid, maka dilihat kriteria penafsiran mengenai *indeks* korelasinya (r) sebagai berikut. Skor yang telah diperoleh pada rumusan diatas akan dicocokkan kedalam tabel korelasi yang telah ditentukan berdasarkan teori, apabila hasil mendekati angka 1 maka semakin tinggi tingkat korelasi antara variabel tersebut, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini sebagai berikut:

Tabel 3.2 Indeks Korelasi (r) Pearson Product Moment

No	Interval	Keterangan
1.	Antara 0.800 – 1.000	Sangat Tinggi
2.	Antara 0.600 – 0.799	Tinggi
3.	Antara 0.400 – 0.599	Cukup
4.	Antara 0.200 – 0.399	Rendah
5.	Antara 0.000 – 0.199	Sangat Rendah (Tidak Valid)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Uji Reliabilitas Data

Menurut Riduwan, uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketepatan (keterandalan atau keajengan) alat pengumpul data (*instrument*) yang digunakan⁴⁸. Uji reliabilitas instrument dilakukan dengan rumus alpha. Kemudian diuji dengan uji instrument dilakukan dengan rumus *Korelasi Pearson Product Moment* dengan teknik belah dua awal akhir yaitu:

$$r_b = \frac{n (\sum XY) - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2) (n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Harga rxy atau r_b ini baru menunjukkan reliabilitas setengah tes. Oleh karenanya disebut r awal-akhir. Untuk mencari reliabilitas seluruh tes digunakan rumus *Spearman Brown* yakni:

$$r_{11} = \frac{2 r_b}{1 + r_b}$$

Untuk mengetahui koefisien korelasinya signifikan atau tidak digunakan distribusi (Tabel r) untuk $\alpha = 0.05$ atau $\alpha = 0.01$ dengan derajat kebebasan ($dk = n-2$) kemudian membuat keputusan membandingkan r_{11} dan $r_{11} < r_{\text{tab}}$ berarti tidak reliabel.

F. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Dalam hal ini analisis deskriptif untuk memberikan gambaran tentang perolehan bobot dari item pertanyaan, nilai interval kelas rata-rata jumlah tanggapan responden terhadap item pertanyaan, dan nilai rata-rata total variabel. Analisa deskriptif digunakan dengan menyusun tabel frekuensi distribusi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk dalam kategori baik, cukup baik, kurang baik, dan tidak baik. Sedangkan skor ideal diperoleh melalui perolehan prediksi nilai tertinggi dikalikan dengan jumlah kuesioner dikalikan

⁴⁸ Ibid. Hlm. 74-75

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

jumlah responden. Apabila digambarkan dengan rumus, maka akan tampak seperti berikut:

$$\text{Skor aktual} = \frac{\text{Skor aktual}}{\text{Skor ideal}} \times 100\%$$

Tabel dibawah ini adalah kriteria persentase yang akan digunakan oleh peneliti dalam menjabarkan hasil jawaban dari responden yang menjawab kuesioner yang menggunakan skala *likert* tersebut, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.3 Kriteria Presentase Tanggapan Responden

Jumlah Skor Dalam %	Kriteria
20.00% - 36.00%	Tidak Baik
36.01% - 52.00%	Kurang Baik
52.01% - 68.00%	Cukup
68.01% - 84.00%	Baik
84.01% - 100%	Sangat Baik

Kelima kriteria presentase tanggapan responden tersebut akan dijadikan patokan untuk menganalisis deskriptif dari variabel independen dan variabel dependen pada penelitian ini.

2. Pengujian Hipotesis

Menurut Sekaran, studi yang termasuk dalam pengujian hipotesis biasanya menjelaskan sifat hubungan tertentu, atau menentukan perbedaan antar kelompok atau kebebasan (independensi) dua atau lebih faktor dalam suatu situasi.⁴⁹

a. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Pengujian secara parsial dilakukan untuk mengetahui pengaruh yang diberikan masing – masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara individual (mandiri) dan juga melihat variabel bebas yang mempunyai pengaruh yang paling kuat terhadap variabel terikat. Uji parsial ini dilakukan dengan melihat ketentuan sebagai berikut ini:

⁴⁹ Sekaran, Uma. *Research Methods for Business Edisi 1 dan 2*. Jakarta: Salemba Empat, 2007. Hlm. 162



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti variabel bebas secara parsial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.
2. Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti variabel bebas secara parsial tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghazali, koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi dependen amat terbatas.⁵⁰

⁵⁰ Ibid. Hlm. 95

BAB IV

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Gambaran Umum Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim (UIN SUSKA) Pekanbaru Riau merupakan pengembangan peningkatan status pendidikan dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sulthan Syarif Qasim Pekanbaru yang secara resmi dikukuhkan berdasarkan Peraturan Presiden RI Nomor 2 tahun 2005 tanggal 4. Januari 2005 tentang perubahan IAIN Sulthan Syarif Qasim Pekanbaru menjadi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dan diresmikan pada 9 Februari 2005 oleh Presiden RI, Susilo Bambang Yudhoyono sebagai tindak lanjut perubahan ini, Menteri Agama RI menetapkan Organisasi dan Tata UIN Suska Riau berdasarkan Peraturan Menteri Agama RI Nomor 8 Tahun 2005 tanggal 4 April 2005. Institut Agama Islam Negeri Riau Sulthan Syarif Qasim (IAIN Susqa)

Pekanbaru sebagai cikal bakal UIN SUSKA Riau, didirikan pada tanggal 19 September 1970. Terletak di dua tempat, yang pertama Kampus Tuanku Tambusai di jalan K.H. Ahmad Dahlan No. 94 Sukajadi Pekanbaru dan tempat yang kedua adalah Kampus Raja Ali Haji di jalan Soebarantas Km 14,5 Simpang Baru, Tampan Pekanbaru. Pada awal berdirinya IAIN Susqa hanya memiliki tiga fakultas yaitu: Fakultas Tarbiyah, Fakultas Syariah, dan Fakultas Usuluddin. (Panduan dan Informasi Akademik 2011-2012, 1) Masa selanjutnya IAIN Susqa terus berkembang dengan bertambahnya jumlah fakultas dan berbagai jurusan lainnya.

Pada tahun 1997 dibuka program Pasca Sarjana dan pada tahun 1998 didirikan fakultas Dakwah. Fakultas Dakwah UIN Suska Pekanbaru meskipun secara yudiris formal baru lahir pada tahun akademi 1998/1999, tetapi secara historis Fakultas ini telah berusia hampir seperempat abad, karena embrionya bermula dari jurusan Ilmu Dakwah yang ada pada Fakultas Usuluddin UIN Suska Pekanbaru Program Studi Ilmu Komunikasi berdiri berdasarkan surat keputusan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Diretur Jenral Pembinaan Kelembagaan Agama Islam Nomor: E/3/98 tentang Penyelenggaraan Program Studi Tadris Program Studi Bahasa Inggris dan program Studi Psikologi pada fakultas Tarbiyah, program Studi Komunikasi dan prohran Diploma2 (D2) program Studi Pers dan Grafika pada Fakultas Usuluddin IAIN Susqa Pekanbaru tanggal 6 Januari 1998. Surat Rekomendasi Departemen Pendidikan Nasional Ditjen Pendidikan tinggi Nomor: 2486/D/T/2001 tentang Rekomendasi pembukaan program-program Studi S1 pad IAIN dan STAIN dalam rangka Wider Mandate di lingkungan Departemen Agama tanggal 25 Juli 2001.

Pada tahun 2002/2003 Fakultas Dakwah merencanakan pula untuk membuka satu jurusan Program S1 yaitu Jurusan manajemen Dakwah dan Matematika. Pembukaan Jurusan Informatika dan Teknik Industri yang pada tahun Akademik 2002/2003 dilepas dari Fakultas Dakwah dan ditingkatkan menjadi Fakultas sendiri, yaitu Fakultas Sains dan Teknologi. Sebagia bagian menjadi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Sehingga pada tahun Akademik 2002/2003 Fakultas Dakwah mengasuh empat Jurusan Strata Satu (S1) yaitu:

1. Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam (PMI)
2. Jurusan Bimbingan dan Penyuluhan Islam (BPI)
3. Jurusan Ilmu Komunikasi (KOM)
4. Jurusan Manajemen Dakwah (MD)

Berdasarkan surat keputusan Badan Akreditasi tanggal 25 Desember 2007 Nasional Nomor:031/BAN-PT/Ak-X/S1/XII/2007 tentang status, peringkat dan hasil akreditasi Program Serjana di Perguruan Tinggi maka Program Studi Ilmu Komunikasi terakreditasi B selama 5 tahun dari tahun 2007 s/d 2012 (Panduan dan Informasi Akademik 2011-2012, 3). Jurusan/Program Studi Ilmu Komunikasi pertama kali didirikan pada tahun 1998. Sebelumnya telah pula dilakukan seminar dan lokakarya (semiloka) tentang penyusunan kurikulum Jurusan Ilmu Komunikasi dan Program Studi Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Semiloka tersebut dihadiri oleh dua tokoh dan pakar Komunikasi dari Fakultas Ilmu Komunikasi dari Fakultas Ilmu

Komunikasi Unpad Bandung yaitu; Dr. H. Dedi Mulyana, MA dan Drs, Elwinaro Enderianto, M.Si. Semiloka tersebut berhasil merumuskan kurikulum terpadu antara disiplin Ilmu Komunikasi dan Ilmu Keislaman yang merupakan ciri khas program studi Ilmu Komunikasi.

Visi dan Misi

1. Visi

Terwujudnya Program Studi Ilmu Komunikasi sebagai pusat pengembangan keilmuan dan keterampilan yang profesional dalam rumpun Ilmu Komunikasi yang Islami di dunia tahun 2023.

2. Misi

1. Menyelenggarakan kegiatan pendidikan dan pengajaran pada bidang *Jurnalistik, Public Relations, dan Broadcasting*.
2. Mengadakan kegiatan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat pada bidang *Jurnalistik, Public Relations, dan Broadcasting*.
3. Menyelenggarakan kegiatan pengembangan keilmuan dan keterampilan yang profesional dalam bidang *Jurnalistik, Public Relations, dan Broadcasting* berlandaskan Akhlak al-Karimah.

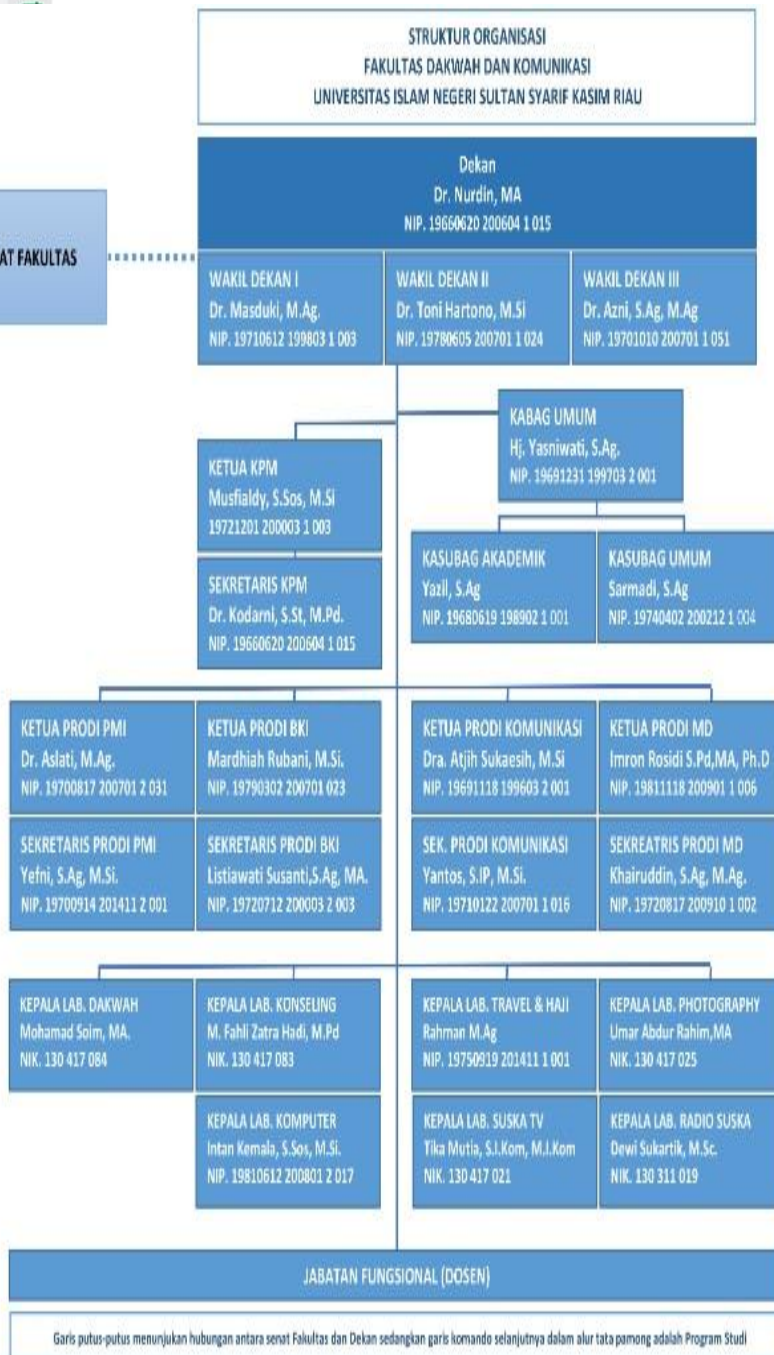
C. Tujuan

1. Menghasilkan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan akademik dan praktis yang profesional dalam bidang *Jurnalistik, Public Relations, dan Broadcasting*.
2. Menghasilkan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat yang menjahejhahterakan dan berkeadilan.
3. Menghasilkan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan Intelektual dan Integritas berakhlak al-karimah.

D. Struktur Organisasi

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DASAR PERMENAG
 No. 8 Tahun 2005
 Tanggal 4 April 2005

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada bab akhir ini, peneliti ingin memberikan kesimpulan terhadap rumusan masalah yang telah dijawab yaitu apakah *feed* pada *Instagram* berpengaruh terhadap pencitraan diri mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Maka merujuk kepada rumusan masalah diatas bisa peneliti simpulkan bahwa *feed Instagram* berpengaruh terhadap pencitraan diri, dimana variabel *feed Instagram* memiliki nilai *t* hitung yang lebih besar dan nilai signifikansi yang lebih kecil dari ketentuannya. Jadi, dapat disimpulkan bahwa semakin bagus atau rapi *feed instagram* seseorang maka akan semakin menunjukkan citra dirinya kepada *followers*nya.

B. Saran

Adapun saran yang akan diberikan untuk penelitian ini untuk pihak-pihak terkait antara lain sebagai berikut:

1. Mahasiswa

Kepada mahasiswa yang menjadikan media sosial *Instagram* sebagai alat untuk menunjukkan jati diri dan menjadi bahan konsumsi untuk publik sebaiknya harus memperhatikan tata cara menggunakan *Instagram* hingga memiliki tips-tips yang mana dapat meningkatkan jumlah *followers* atau pengikut di *Instagram* yang mana dapat memberikan konten-konten yang bermanfaat bagi pengguna *Instagram* lainnya.

2. Penggiat Media Sosial

Bagi penggiat media sosial diharapkan selalu mampu mengontrol penggunaan jejaring sosial *Instagram* maupun media sosial lainnya, menggunakan *Instagram* secara bijak dan apa adanya, memanfaatkan *Instagram* tidak hanya untuk memposting foto atau video pribadi, bisa untuk mengikuti dan mencari informasi yang bermanfaat, berwirausaha, bahkan menjadi center bagi informasi-informasi yang akurat dan faktual.



3. Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti citra diri dan intensitas penggunaan media jejaring sosial *Instagram*, dapat memperhatikan faktor-faktor lainnya seperti komunikasi antar pribadi, keterbukaan diri (*self disclosure*), *narsistic disorder*, tingkat kecemasan apabila tidak menggunakan *Instagram*, komunikasi interpersonal, eksistensi diri, prokrastinasi akademik, *cyber crime*, peran lingkungan, percaya diri, persaingan kehidupan, kecanduan *Instagram*, persepsi, pengembangan subjek penelitian, dan hasilnya bisa diuji kembali guna pengembangan ilmu pengetahuan. Selain itu peneliti selanjutnya dapat menggunakan metode kualitatif agar mendapatkan data yang lebih mendalam mengenai citra diri ditinjau dari intensitas penggunaan media jejaring sosial *Instagram*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR PUSTAKA

- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
- Buku:**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Adianto, Elvinaro. 2007. *Komunikasi Masa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama.
- Amoko, Dwi Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita
- Cengara, Hafied. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo
- Effendy, Onong Uchjana. 2000. *Ilmu Komunikasi dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Evans, Dave. 2008. *Social Media Marketing an Hour a Day*. Canada: Wiley Publishing Inc
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8) Cetakan Ke VIII*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kandampully, J. 2002. *Service Management: The New Paradigm in Hospitality*. Australia: Hospitality Press.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran Jilid I dan II*. Jakarta: PT. Indeks.
- Mulyana, Deddy. 2004. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Puntoo, Danis. 2011. *Menciptakan Penjualan Melalui Media Sosial*. Jakarta: PT. Elex Komputindo
- Riduwan. 2010. *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Ruslan, Rosady. 2010. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Sekaran, Uma. 2007. *Research Methods for Business Edisi 1 dan 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shaleh & Wahab, Muhibb Abdul Wahab. 2005. *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Prenada Media.
- Soemirat, Soleh & Ardianto, Elvinaro. 2007. *Dasar-Dasar Public Relation*. Bandung: Remaja Rosdakarya.



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Skatendel, Arko. K. 1990. *Public Relations Perusahaan*. Bandung: Fikom Unpad.

Sitojo, Siswanto. 2004. *Membangun Citra Perusahaan*. Jakarta: Damar Mulia Pustaka.

Tihendradi, C. 2012. *Step by Step SPSS 20 Analisis Data Statistik*. Yogyakarta: Andi Offset

Walgito, Bimo. 2002. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset

Yulianto, Neny. 2005. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: Pusat Penerbitan Universitas.

Jurnal:

Andarwati, Iandesi. 2016. *Citra Diri ditinjau dari Intensitas Penggunaan Media Jejaring Sosial Instagram pada Siswa Kelas XI SMAN 9 Yogyakarta*. E-Journal Bimbingan dan Konseling Edisi-3 Tahun Ke-5

Budhyati, A. 2012. *Pengaruh Internet Terhadap Kenakalan Remaja*. Seminar Nasional Aplikasi Sains dan Teknologi (SNAST) Periode III (B. 426 – 434). Yogyakarta.

Keke, Mahardika. 2015. *Pengaruh Instagram terhadap Kehidupan Remaja*. Artikel.

http://www.academia.edu/9797885/pengaruh_instagram_terhadap_kehidupan_remaja [diakses 30 Januari 2019]

Kertanukti, Rama. 2015. *Instagram dan Pembentukan Citra (Studi Kualitatif Komunikasi Visual dalam Pembentukan Personal Karakter Account Instagram @basukibtp)*. Jurnal Komunikasi PROFETIK Vol. 08 No. 1

Oktavia, Fenny. 2016. *Upaya Komunikasi Interpersonal Kepala Desa dalam Memediasi Kepentingan PT. Bukit Borneo Sejahtera dengan Masyarakat Desa Long Lunuk*. eJournal Ilmu Komunikasi Vol. 4 No. 1 hlm: 239-253

Qomariah. 2008. *Perilaku Penggunaan Internet pada Kalangan Remaja di Perkotaan*. <http://palimpsest.fisip.unair.ac.id/> [diakses pada 30 Januari 2019]

Pratiwi, Erni Dwi. 2016. *Faktor yang Mempengaruhi Niat Menggunakan Instagram dengan The Theory of Reasoned Action Menggunakan Amos 21*. Jurnal Teknik Komputer AMIK BSI Vol. 2 No. 1



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Riski, Andry Ivana. 2017. *Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dengan Harga Diri*. Naskah Publikasi Unviersitas Muhammadiyah Surakarta.

Santoso, Angelina. 2012. *Pengaruh Media Sosial Facebook Terhadap Citra ATND PT. Burwina Prodata Indonesia*. Jurnal Marketing Communication Universitas Bina Nusantara

Skrripsi dan Thesis:

Penjaitan, Jernih. 2015. *Citra Perusahaan Di Mata Masyarakat (Studi Deskriptif Kuantitatif Pengukuran Citra PT Pertamina EP Field Pangkalan Susu di Kelurahan Beras Basah Kecamatan Pangkalan Susu)*. Universitas Sumatera Utara Fakultas Ilmu Komunikasi.

Paramitha, Cindy Rizal Putri. 2011. *Analisis Faktor Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan dalam Bidang Kuliner*. Thesis. Semarang: Fak. Ekonomi UNDIP

Prasetya, Indra Suciati. 2015. *Citra Organisasi Kemahasiswaan Fikom di Benak Mahasiswa UNISBA*. Penelitian Jurnal ini karya Subur Drajat Mahasiswa Universitas Islam Bandung Fakultas Ilmu Komunikasi.

Putra, Ardiansah M. Rizal. 2017. *Kemanfaatan Instagram dalam Pembentukan Citra Diri Remaja Wanita di Makassar*. Tesis. Program Pascasarjana Universitas Hasanuddin Makasar.

Putri, Farina Virginia. 2013. *Strategi Promosi Produk Waleu Kaos Lampung dalam Menarik Minat Beli Konsumen*. Skripsi. Universitas Lampung

Sumber Lainnya:

Erwin, Z. 2015. *Indonesia Juara Akses Internet Melalui Smartphone*. <http://tekno.tempo.com/> [diakses 30 Januari 2019]

Hendra. 2014. *Fenomena Internet pada Anak-anak dan Remaja*. <http://hendra.room318.online.com/> [diakses pada 30 Januari 2019]

<https://apjii.or.id/survei2017/download/iOArRWd9K1aVghf6Qcqyz0bXuve3No> [diakses 30 Januari 2019]

<http://belitung.tribunnews.com/2016/12/16/woow-pengguna-instagram-sudah-mencapai-600-juta> [diakses 30 Januari 2019]

<https://www.logique.co.id/blog/tag/insta-story/> [diakses 30 Januari 2019]

Lampiran 1.

KUESIONER

PENGARUH *FEED* PADA *INSTAGRAM* TERHADAP PENCITRAAN DIRI MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

Pernyataan Persetujuan Menjadi Responden

Saya mengharapkan kesediaan anda menjawab pertanyaan yang ada dalam kuesioner dengan senang hati, karena jawaban yang diharapkan sesuai dengan pengetahuan yang anda miliki dan keadaan yang anda alami sendiri, maka tidak ada jawaban yang disalahkan, selain itu identitas anda harus dirahasiakan.

No Responden (diisi peneliti) :
 Umur :
 Jenis Kelamin : ☐ Pria ☐ Wanita
 Semester/Angkatan :

Petunjuk Pengisian

Mohon memberikan tanda centang (✓) pada pilihan jawaban yang tersedia. Setiap pertanyaan hanya mengharapkan satu jawaban. Setiap angka akan mewakili tingkat kesesuaian dengan pendapat Sdr/i, dimana:

SS Sangat Setuju : Skor 5
 ST Setuju : Skor 4
 NT Netral : Skor 3
 TS Tidak Setuju : Skor 2
 STS Sangat Tidak Setuju : Skor 1



1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Pernyataan	SS	ST	NT	TS	STS
CITRA DIRI (Y)						
1.	Saya ingin menunjukkan jati diri saya di <i>Instagram</i>					
2.	Saya berusaha membentuk citra positif diri saya saat di <i>Instagram</i>					
3.	Saya selalu berpose menarik untuk di posting di akun <i>Instagram</i>					
4.	Saya ingin menarik <i>followers</i> dengan penampilan saya di <i>Instagram</i>					
5.	Saya sangat percaya diri saat menonjolkan karakter saya di <i>Instagram</i>					
6.	Saya merasa nyaman saat memposting diri saya di <i>Instagram</i>					
7.	Saya menggunakan <i>Instagram</i> untuk menunjukkan bakat saya					
8.	Saya ingin dinilai positif <i>followers</i> saya					
9.	Saya menggunakan <i>Instagram</i> untuk mempersepsikan diri saya					
10.	Saya merasa percaya diri ketika menunjukkan diri saya melalui <i>Instagram</i>					



1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Pernyataan	SS	ST	NT	TS	STS
FEED INSTAGRAM (X)						
1.	Foto-foto yang ada di <i>feed</i> IG saya boleh dilihat public (<i>no private</i>)					
2.	Saya tiap minggu memperindah <i>feed</i> akun IG saya dengan foto dan <i>caption</i> menarik					
3.	<i>Feed</i> IG saya harus berisikan foto <i>selfie</i> yang dapat menarik <i>followers</i>					
4.	Foto dan <i>caption</i> yang saya tampilkan di <i>feed</i> IG merupakan bentuk citra diri kepada publik					
5.	Saya menyukai komentar positif yang terdapat pada <i>feed Instagram</i> tentang diri saya					
6.	Saya tidak menyukai komentar negatif yang terdapat pada <i>feed Instagram</i> tentang diri saya					
7.	Semakin banyak likes yang saya dapat di <i>feed Instagram</i> saya semakin percaya diri					
8.	Semakin banyak likes yang saya dapat di <i>feed Instagram</i> saya semakin bahagia					
9.	Semakin banyak likes yang saya dapat di <i>feed Instagram</i> saya semakin menunjukkan kepribadian saya					
10.	Saya merasa bangga ada yang tahu Instagram saya					

Lampiran 2. Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Kuesioner *Feed* dan Citra Diri

No. Respondent	Feed									Citra Diri									
	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
R1	5	5	5	2	5	2	5	2	5	5	5	5	5	2	5	2	5	2	
R2	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	
R3	3	4	5	5	4	4	5	5	5	4	3	4	5	5	4	4	5	5	
R4	3	4	5	4	4	3	5	4	4	4	3	4	5	4	4	3	5	4	
R5	4	4	4	5	4	3	4	5	5	5	4	4	4	5	4	3	4	5	
R6	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	5	
R7	4	5	5	5	3	4	5	5	5	5	4	5	5	5	3	4	5	5	
R8	3	4	5	5	4	4	5	5	4	4	3	4	5	5	4	4	5	5	
R9	3	4	5	5	4	3	5	5	5	5	3	4	5	5	4	3	5	5	
R10	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	
R11	4	4	5	4	4	3	5	4	5	5	4	4	5	4	4	3	5	4	
R12	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	
R13	5	4	5	5	5	3	4	5	5	5	4	5	5	5	3	4	5	5	
R14	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	
R15	4	3	4	4	4	3	3	4	4	5	5	3	4	4	4	3	3	4	
R16	5	3	4	5	5	4	3	5	4	5	3	4	5	5	4	3	5	5	
R17	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	
R18	5	3	4	5	5	3	3	5	4	5	3	4	5	5	3	3	5	5	
R19	5	4	3	4	5	3	3	4	5	4	4	3	4	5	3	3	4	5	
R20	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	
R21	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	
R22	5	3	4	5	5	5	4	5	4	4	3	4	5	5	5	4	5	5	
R23	5	3	5	5	5	4	5	5	4	4	3	5	5	5	4	5	5	5	

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis tanpa membantu meringkas dan menyatakannya.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penyusunan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No. Respondent	3	4	Feed							Citra Diri									
			5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
R24	3	5	5	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	5	4	4	5	5	
R25	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	
R26	4	4	5	5	4	3	5	5	5	4	4	4	5	5	4	3	5	5	
R27	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	
R28	3	5	5	5	4	3	5	5	5	5	3	5	5	5	4	3	5	5	
R29	3	4	5	5	4	5	5	5	5	5	3	4	5	5	4	5	5	5	
R30	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	
R31	3	5	5	5	4	4	5	5	5	5	3	5	5	5	4	4	5	5	
R32	3	4	4	5	4	4	4	5	4	5	3	4	4	5	4	4	4	5	
R33	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	
R34	4	5	5	5	4	3	5	5	4	5	4	5	5	5	4	3	5	5	
R35	3	4	4	5	4	3	4	5	5	4	3	4	4	5	4	3	4	5	
R36	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	
R37	3	4	4	5	5	4	4	5	5	5	3	4	4	5	5	4	4	5	
R38	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	
R39	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	
R40	5	5	5	5	3	2	5	5	4	4	5	5	5	5	3	2	5	5	
R41	3	5	4	3	3	5	4	3	5	4	3	5	4	3	3	5	4	3	
R42	4	4	4	4	2	5	4	4	4	4	5	4	4	4	2	5	4	4	
R43	3	4	4	3	2	5	4	3	5	5	5	4	4	3	2	5	4	3	
R44	2	4	3	2	3	3	3	2	4	4	5	4	3	2	3	3	3	2	
R45	3	4	4	3	3	4	4	3	5	5	4	4	3	3	4	4	3	3	
R46	4	4	3	4	5	5	3	4	5	4	4	4	3	4	5	5	3	4	
R47	4	4	3	3	4	4	3	3	5	5	4	3	3	4	4	3	3	4	
R48	4	3	3	4	3	4	3	4	5	4	4	3	3	4	3	4	3	4	

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis tanpa izin atau tanpa meniadakan hak dan menyatakannya.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis in dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No. Respondent	3	4	Feed							Citra Diri									
			5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
R49	3	2	3	4	2	3	3	4	5	5	3	2	3	4	2	3	3	4	
R50	3	2	3	5	3	2	3	5	5	4	3	2	3	5	3	2	3	5	
R51	3	1	3	4	4	3	3	4	5	4	3	1	3	4	4	3	3	4	
R52	3	1	3	5	3	4	3	5	5	5	3	1	3	5	3	4	3	5	
R53	5	2	2	5	2	3	2	5	5	4	5	2	2	5	2	3	2	5	
R54	5	3	2	5	3	4	2	5	5	5	5	3	2	5	3	4	2	5	
R55	5	4	3	4	4	3	3	4	5	4	5	4	3	4	4	3	3	4	
R56	4	5	4	3	4	4	4	3	5	5	4	5	4	3	4	4	4	3	
R57	4	5	3	3	5	3	3	3	5	5	4	5	3	3	5	3	3	3	
R58	4	4	2	3	4	2	2	3	4	5	4	4	2	3	4	2	2	3	
R59	3	3	1	3	3	3	1	3	4	4	3	3	1	3	3	3	1	3	
R60	3	4	1	3	2	4	1	3	4	4	3	4	1	3	2	4	1	3	
R61	3	3	2	3	3	4	2	3	4	4	3	3	2	3	3	4	2	3	
R62	2	2	3	2	4	3	3	2	4	5	5	2	3	2	4	3	3	2	
R63	3	4	2	3	3	2	2	3	4	5	4	4	2	3	3	2	2	3	
R64	2	3	1	2	2	3	1	2	4	4	3	5	1	2	2	3	1	2	
R65	3	5	1	3	3	4	1	3	4	4	5	5	1	3	3	4	1	3	
R66	4	4	2	4	4	2	2	4	4	5	4	4	2	4	4	2	2	4	
R67	2	3	3	2	4	3	3	2	5	4	3	3	3	2	4	3	3	2	
R68	3	5	3	3	3	4	3	3	5	5	5	2	3	3	3	4	3	3	
R69	5	4	3	2	4	3	3	2	5	4	4	3	2	4	3	3	2	4	
R70	5	3	4	1	4	4	4	1	5	5	3	4	1	4	4	4	1	4	
R71	5	4	2	2	4	4	4	2	5	4	4	2	2	4	4	4	2	4	
R72	5	4	2	1	3	5	5	1	5	4	5	2	1	3	5	5	1	3	
R73	5	4	3	2	2	4	4	2	5	4	4	3	2	2	4	4	2	2	

No. Respondent	3	4	Feed							Citra Diri									
			5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
R74	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3
R75	4	3	2	2	4	3	2	2	2	4	4	4	3	2	2	4	3	2	2
R76	5	5	5	2	5	2	5	2	2	5	4	4	2	2	5	4	4	2	2
R77	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	2	1	5	4	5	2	1
R78	3	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	3	2	5	4	4	3	2

Lampiran 3. Klasifikasi Jawaban Responden Kuesioner *Feed* Berdasarkan Kriteria

No. Respondent	Feed										Jumlah	Skor	Kategori
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
R1	2	5	5	5	5	2	5	2	5	2	38	3.8	Setuju
R2	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41	4.1	Setuju
R3	5	4	3	4	5	5	4	4	5	5	44	4.4	Sangat Setuju
R4	4	4	3	4	5	4	4	3	5	4	40	4	Setuju
R5	5	4	4	4	4	5	4	3	4	5	42	4.2	Sangat Setuju
R6	5	4	4	4	4	5	4	3	4	5	42	4.2	Sangat Setuju
R7	5	3	4	5	5	5	3	4	5	5	44	4.4	Sangat Setuju
R8	5	4	3	4	5	5	4	4	5	5	44	4.4	Sangat Setuju
R9	5	4	3	4	5	5	4	3	5	5	43	4.3	Sangat Setuju
R10	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	45	4.5	Sangat Setuju
R11	4	4	4	4	5	4	4	3	5	4	41	4.1	Setuju
R12	4	5	4	4	4	4	5	3	4	4	41	4.1	Setuju
R13	5	3	4	5	5	5	3	4	5	5	44	4.4	Sangat Setuju
R14	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	41	4.1	Setuju
R15	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	36	3.6	Setuju
R16	5	4	3	4	5	5	4	3	5	5	43	4.3	Sangat Setuju
R17	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39	3.9	Setuju
R18	5	3	3	4	5	5	3	3	5	5	41	4.1	Setuju
R19	5	3	4	3	4	5	3	3	4	5	39	3.9	Setuju
R20	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	43	4.3	Sangat Setuju
R21	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	47	4.7	Sangat Setuju
R22	5	5	3	4	5	5	5	4	5	5	46	4.6	Sangat Setuju
R23	5	4	3	5	5	5	4	5	5	5	46	4.6	Sangat Setuju
R24	5	4	3	5	5	5	4	4	5	5	45	4.5	Sangat Setuju
R25	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	46	4.6	Sangat Setuju
R26	5	4	4	4	5	5	4	3	5	5	44	4.4	Sangat Setuju
R27	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	44	4.4	Sangat Setuju
R28	5	4	3	5	5	5	4	3	5	5	44	4.4	Sangat Setuju
R29	5	4	3	4	5	5	4	5	5	5	45	4.5	Sangat Setuju
R30	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	45	4.5	Sangat Setuju
R31	5	4	3	5	5	5	4	4	5	5	45	4.5	Sangat Setuju
R32	5	4	3	4	4	5	4	4	4	5	42	4.2	Sangat Setuju
R33	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	46	4.6	Sangat Setuju
R34	5	4	4	5	5	5	4	3	5	5	45	4.5	Sangat Setuju
R35	5	4	3	4	4	5	4	3	4	5	41	4.1	Setuju
R36	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	48	4.8	Sangat Setuju
R37	5	5	3	4	4	5	5	4	4	5	44	4.4	Sangat Setuju
R38	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49	4.9	Sangat Setuju
R39	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	47	4.7	Sangat Setuju
R40	5	3	5	5	5	5	3	2	5	5	43	4.3	Sangat Setuju

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

No. Respondent	Feed										Jumlah	Skor	Kategori
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
R41	3	3	3	5	4	3	3	5	4	3	36	3.6	Setuju
R42	4	2	5	4	4	4	2	5	4	4	38	3.8	Setuju
R43	3	2	5	4	4	3	2	5	4	3	35	3.5	Setuju
R44	2	3	5	4	3	2	3	3	3	2	30	3	Kurang Setuju
R45	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	35	3.5	Setuju
R46	4	5	4	4	3	4	5	5	3	4	41	4.1	Setuju
R47	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	36	3.6	Setuju
R48	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	35	3.5	Setuju
R49	4	2	3	2	3	4	2	3	3	4	30	3	Kurang Setuju
R50	5	3	3	2	3	5	3	2	3	5	34	3.4	Kurang Setuju
R51	4	4	3	1	3	4	4	3	3	4	33	3.3	Kurang Setuju
R52	5	3	3	1	3	5	3	4	3	5	35	3.5	Setuju
R53	5	2	5	2	2	5	2	3	2	5	33	3.3	Kurang Setuju
R54	5	3	5	3	2	5	3	4	2	5	37	3.7	Setuju
R55	4	4	5	4	3	4	4	3	3	4	38	3.8	Setuju
R56	3	4	4	5	4	3	4	4	4	3	38	3.8	Setuju
R57	3	5	4	5	3	3	5	3	3	3	37	3.7	Setuju
R58	3	4	4	4	2	3	4	2	2	3	27	2.7	Kurang Setuju
R59	3	3	3	3	1	3	3	3	1	3	26	2.6	Tidak Setuju
R60	3	2	3	4	1	3	2	4	1	3	26	2.6	Tidak Setuju
R61	3	3	3	3	2	3	3	4	2	3	29	2.9	Kurang Setuju
R62	2	4	5	2	3	2	4	3	3	2	30	3	Kurang Setuju
R63	3	3	4	4	2	3	3	2	2	3	29	2.9	Kurang Setuju
R64	2	2	3	5	1	2	2	3	1	2	23	2.3	Tidak Setuju
R65	3	3	5	5	1	3	3	4	1	3	31	3.1	Setuju
R66	4	4	4	4	2	4	4	2	2	4	34	3.4	Setuju
R67	2	4	3	3	3	2	4	3	3	2	29	2.9	Kurang Setuju
R68	3	3	5	2	3	3	3	4	3	3	32	3.2	Kurang Setuju
R69	5	4	4	3	2	4	3	3	2	4	34	3.4	Kurang Setuju
R70	5	5	3	4	1	4	4	4	1	4	35	3.5	Setuju
R71	5	4	4	2	2	4	4	4	2	4	35	3.5	Setuju
R72	5	4	5	2	1	3	5	5	1	3	34	3.4	Kurang Setuju
R73	5	4	4	3	2	2	4	4	2	2	32	3.2	Kurang Setuju
R74	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	33	3.3	Kurang Setuju
R75	4	4	4	3	2	2	4	3	2	2	30	3	Kurang Setuju
R76	5	5	5	5	5	2	5	2	5	2	41	4.1	Setuju
R77	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41	4.1	Setuju
R78	5	4	3	4	5	5	4	4	5	5	44	4.4	Sangat Setuju

Lampiran 4. Rekapitulasi Jawaban Responden Berdasarkan Persentase

No. Item	SS		S		N		TS		STS		Jumlah
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	42	53.84	19	24.35	12	15.38	5	6	0	0	100%
2	12	15.38	43	55.12	17	21.79	6	8	0	0	100%
3	13	16.66	33	42.3	32	41.02	0	0	0	0	100%
4	22	28.02	37	47.43	10	12.82	7	9	2	3	100%
5	31	39.74	16	20.51	15	19.23	9	12	6	8	100%
6	36	46.15	20	25.64	14	17.94	8	10	0	0	100%
7	12	15.38	41	52.56	19	24.35	6	8	0	0	100%
8	10	12.82	33	42.3	28	35.89	7	9	0	0	100%
9	31	39.74	16	20.51	15	19.23	9	12	6	8	100%
10	36	46.15	20	25.64	14	17.94	8	10	0	0	100%
Jumlah	245		278		176		65		14		778

- a. Sangat Setuju $245 \times 5 = 1225$
 b. Setuju $278 \times 4 = 1112$
 c. Kurang Setuju $176 \times 3 = 528$
 d. Tidak Setuju $65 \times 2 = 130$
 e. Sangat Tidak Setuju $14 \times 1 = 14 +$

Jumlah Total = 3009 (F)

Jumlah skor kriterium (bila setiap butir mendapat skor) = $5 \times 10 \times 78 = 3900$ (seandainya semua memilih alternatif jawaban Sangat Setuju).
 Namun, jumlah skor yang diperoleh dari penelitian ini adalah 3009. Jadi, berdasarkan data itu maka besarnya persentase hasil penelitian adalah:

$$P = \frac{F}{N} \times 100 \%$$

$$P = \frac{3009}{3900} \times 100 \%$$

$$P = 77,15\%$$

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 5. Klasifikasi Jawaban Responden Kuesioner Citra Diri Berdasarkan Kriteria

No. Respondent	Citra Diri										Jumlah	Skor	Kategori
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
R1	5	5	5	5	5	2	5	2	5	2	41	4.1	Setuju
R2	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41	4.1	Setuju
R3	5	4	3	4	5	5	4	4	5	5	44	4.4	Sangat Setuju
R4	4	4	3	4	5	4	4	3	5	4	40	4	Setuju
R5	5	5	4	4	4	5	4	3	4	5	43	4.3	Sangat Setuju
R6	4	4	4	4	4	5	4	3	4	5	41	4.1	Setuju
R7	5	5	4	5	5	5	3	4	5	5	46	4.6	Sangat Setuju
R8	4	4	3	4	5	5	4	4	5	5	43	4.3	Sangat Setuju
R9	5	5	3	4	5	5	4	3	5	5	44	4.4	Sangat Setuju
R10	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	44	4.4	Sangat Setuju
R11	5	5	4	4	5	4	4	3	5	4	43	4.3	Setuju
R12	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	40	4	Setuju
R13	5	5	4	5	5	5	3	4	5	5	46	4.6	Sangat Setuju
R14	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	41	4.1	Setuju
R15	5	5	3	4	4	4	3	3	4	4	39	3.9	Setuju
R16	4	5	3	4	5	5	4	3	5	5	43	4.3	Sangat Setuju
R17	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	41	4.1	Setuju
R18	4	5	3	4	5	5	3	3	5	5	42	4.2	Sangat Setuju
R19	5	4	4	3	4	5	3	3	4	5	40	4	Setuju
R20	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	43	4.3	Sangat Setuju
R21	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	45	4.5	Sangat Setuju
R22	4	4	3	4	5	5	5	4	5	5	44	4.4	Sangat Setuju
R23	4	4	3	5	5	5	4	5	5	5	45	4.5	Sangat Setuju
R24	4	4	3	5	5	5	4	4	5	5	44	4.4	Sangat Setuju
R25	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	46	4.6	Sangat Setuju
R26	5	4	4	4	5	5	4	3	5	5	44	4.4	Sangat Setuju
R27	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	44	4.4	Sangat Setuju
R28	5	5	3	5	5	5	4	3	5	5	45	4.5	Sangat Setuju
R29	5	5	3	4	5	5	4	5	5	5	46	4.6	Sangat Setuju
R30	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	45	4.5	Sangat Setuju
R31	5	5	3	5	5	5	4	4	5	5	46	4.6	Sangat Setuju
R32	4	5	3	4	4	5	4	4	4	5	42	4.2	Sangat Setuju
R33	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	46	4.6	Sangat Setuju
R34	4	5	4	5	5	5	4	3	5	5	45	4.5	Sangat Setuju
R35	5	4	3	4	4	5	4	3	4	5	41	4.1	Setuju
R36	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	47	4.7	Sangat Setuju
R37	5	5	3	4	4	5	5	4	4	5	44	4.4	Sangat Setuju
R38	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	48	4.8	Sangat Setuju
R39	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	47	4.7	Sangat Setuju
R40	4	4	5	5	5	5	3	2	5	5	43	4.3	Sangat Setuju

1. Dianggap mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No. Respondent	Citra Diri										Jumlah	Skor	Kategori
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
R41	5	4	3	5	4	3	3	5	4	3	39	3.9	Setuju
R42	4	4	5	4	4	4	2	5	4	4	40	4	Setuju
R43	5	5	5	4	4	3	2	5	4	3	40	4	Setuju
R44	4	4	5	4	3	2	3	3	3	2	33	3.3	Kurang Setuju
R45	5	5	4	4	3	3	4	4	3	3	38	3.8	Setuju
R46	5	4	4	4	3	4	5	5	3	4	41	4.1	Setuju
R47	5	5	4	3	3	4	4	3	3	4	38	3.8	Setuju
R48	5	4	4	3	3	4	3	4	3	4	37	3.7	Setuju
R49	5	5	3	2	3	4	2	3	3	4	34	3.4	Kurang Setuju
R50	5	4	3	2	3	5	3	2	3	5	35	3.5	Kurang Setuju
R51	5	4	3	1	3	4	4	3	3	4	34	3.4	Kurang Setuju
R52	5	5	3	1	3	5	3	4	3	5	37	3.7	Setuju
R53	5	4	5	2	2	5	2	3	2	5	35	3.5	Kurang Setuju
R54	5	5	5	3	2	5	3	4	2	5	39	3.9	Setuju
R55	5	4	5	4	3	4	4	3	3	4	39	3.9	Setuju
R56	5	5	4	5	4	3	4	4	4	3	41	4.1	Setuju
R57	5	5	4	5	3	3	5	3	3	3	39	3.9	Setuju
R58	4	5	4	4	2	3	4	2	2	3	29	2.9	Tidak Setuju
R59	4	4	3	3	1	3	3	3	1	3	28	2.8	Tidak Setuju
R60	4	4	3	4	1	3	2	4	1	3	29	2.9	Tidak Setuju
R61	4	4	3	3	2	3	3	4	2	3	31	3.1	Kurang Setuju
R62	4	5	5	2	3	2	4	3	3	2	33	3.3	Kurang Setuju
R63	4	5	4	4	2	3	3	2	2	3	32	3.2	Kurang Setuju
R64	4	4	3	5	1	2	2	3	1	2	27	2.7	Tidak Setuju
R65	4	4	5	5	1	3	3	4	1	3	33	3.3	Setuju
R66	4	5	4	4	2	4	4	2	2	4	35	3.5	Setuju
R67	5	4	3	3	3	2	4	3	3	2	32	3.2	Kurang Setuju
R68	5	5	5	2	3	3	3	4	3	3	36	3.6	Kurang Setuju
R69	5	4	4	3	2	4	3	3	2	4	34	3.4	Kurang Setuju
R70	5	5	3	4	1	4	4	4	1	4	35	3.5	Setuju
R71	5	4	4	2	2	4	4	4	2	4	35	3.5	Setuju
R72	5	4	5	2	1	3	5	5	1	3	34	3.4	Kurang Setuju
R73	5	4	4	3	2	2	4	4	2	2	32	3.2	Kurang Setuju
R74	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	33	3.3	Kurang Setuju
R75	4	4	4	3	2	2	4	3	2	2	30	3	Kurang Setuju
R76	5	4	4	2	2	5	4	4	2	2	34	3.4	Setuju
R77	5	4	5	2	1	5	4	5	2	1	34	3.4	Setuju
R78	5	4	4	3	2	5	4	4	3	2	36	3.6	Sangat Setuju

Lampiran 6. Rekapitulasi Jawaban Responden Berdasarkan Persentase

No. Item	SS		S		N		TS		STS		Jumlah
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	45	57.69	33	42.3	0	0	0	0	0	0	100%
2	34	43.58	44	56.41	0	0	0	0	0	0	100%
3	13	16.66	34	43.58	31	39.74	0	0	0	0	100%
4	21	26.92	35	44.87	11	14.1	9	12	2	3	100%
5	29	37.17	15	19.23	15	19.23	11	14	7	9	100%
6	38	48.71	19	24.35	14	17.94	7	9	0	0	100%
7	11	14.1	42	53.84	19	24.35	6	8	0	0	100%
8	10	12.82	34	43.58	28	35.89	6	8	0	0	100%
9	29	37.17	15	19.23	16	20.51	11	14	6	8	100%
10	35	44.87	19	24.35	14	17.94	9	12	1	1	100%

a. Sangat Setuju	265 x 5	= 1325
b. Setuju	290 x 4	= 1160
c. Kurang Setuju	148 x 3	= 444
d. Tidak Setuju	59 x 2	= 118
e. Sangat Tidak Setuju	16 x 1	= 16
Jumlah Total		= 3047 (F)

Jumlah skor kriterium (bila setiap butir mendapat skor) = 5 x 10 x 78 = 3900 (seandainya semua memilih alternatif jawaban Sangat Setuju). Namun, jumlah skor yang diperoleh dari penelitian ini adalah 3047. Jadi, berdasarkan data itu maka besarnya persentase hasil penelitian adalah:

$$P = \frac{F}{N} \times 100 \%$$

$$P = \frac{3047}{3900} \times 100 \%$$

$$P = 78,12\%$$

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 7. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner *Feed*
Correlations

		Feed Instagram	Feed Instagram	Feed Instagram	Feed Instagram	Feed Instagram	Feed Instagram	Feed Instagram	Feed Instagram	Feed Instagram	Feed Instagram
Pearson Correlation		.264(*)	-.192	.056	.434(**)	.820(**)	.252(*)	.169	.434(**)	.820(**)	.700(**)
Sig. (2-tailed)		.020	.092	.629	.000	.000	.026	.139	.000	.000	.000
N		78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
Pearson Correlation		.264(*)	1	-.093	.280(*)	.347(**)	.131	.960(**)	.020	.347(**)	.131
Sig. (2-tailed)		.020		.419	.013	.002	.253	.000	.861	.002	.253
N		78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
Pearson Correlation		.192	-.093	1	-.017	-.155	-.288(*)	-.036	-.060	-.155	-.288(*)
Sig. (2-tailed)		.092	.419		.883	.177	.010	.754	.599	.177	.010
N		78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
Pearson Correlation		.056	.280(*)	-.017	1	.499(**)	.146	.257(*)	.105	.499(**)	.146
Sig. (2-tailed)		.629	.013	.883		.000	.201	.023	.359	.000	.201
N		78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
Pearson Correlation		.434(**)	.347(**)	-.155	.499(**)	1	.562(**)	.373(**)	.130	1.000(**)	.562(**)
Sig. (2-tailed)		.000	.002	.177	.000		.000	.001	.255	.000	.000
N		78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
Pearson Correlation		.820(**)	.131	-.288(*)	.146	.562(**)	1	.132	.190	.562(**)	1.000(**)
Sig. (2-tailed)		.000	.253	.010	.201	.000		.249	.096	.000	.000
N		78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
Pearson Correlation		.252(*)	.960(**)	-.036	.257(*)	.373(**)	.132	1	.062	.373(**)	.132
Sig. (2-tailed)		.026	.000	.754	.023	.001	.249		.589	.001	.249
N		78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
Pearson Correlation		.169	.020	-.060	.105	.130	.190	.062	1	.130	.190
Sig. (2-tailed)		.139	.861	.599	.359	.255	.096	.589		.255	.096
N		78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
Pearson Correlation		.434(**)	.347(**)	-.155	.499(**)	1.000(**)	.562(**)	.373(**)	.130	1	.562(**)
Sig. (2-tailed)		.000	.002	.177	.000	.000	.000	.001	.255		.000
N		78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
Pearson Correlation		.820(**)	.131	-.288(*)	.146	.562(**)	1.000(**)	.132	.190	.562(**)	1
Sig. (2-tailed)		.000	.253	.010	.201	.000	.000	.249	.096	.000	
N		78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
Pearson Correlation		.700(**)	.523(**)	-.105	.515(**)	.867(**)	.758(**)	.542(**)	.316(**)	.867(**)	.758(**)

Sig. (2-tailed)	.000	.361	.000	.000	.000	.000	.005	.000	.000
N	78	78	78	78	78	78	78	78	78

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	78	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	78	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.811	10

Lampiran 8. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Citra Diri

Correlations

		Citra Diri	Citra Diri	Citra Diri	Citra Diri	Citra Diri	Citra Diri	Citra Diri	Citra Diri	Citra Diri	Citra Diri	Citra Diri
Citra Diri	Pearson Correlation	1	.177	.050	-.249(*)	-.079	.109	.018	.107	-.064	.000	.083
	Sig. (2-tailed)		.121	.662	.028	.492	.341	.878	.352	.577	1.000	.471
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
Citra Diri	Pearson Correlation	.177	1	-.042	.153	.201	.068	.089	-.126	.189	.165	.263(*)
	Sig. (2-tailed)	.121		.717	.183	.078	.554	.440	.271	.098	.149	.020
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
Citra Diri	Pearson Correlation	.050	-.042	1	-.091	-.214	-.209	-.059	.024	-.199	-.294(**)	-.095
	Sig. (2-tailed)	.662	.717		.430	.060	.067	.606	.835	.080	.009	.406
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
Citra Diri	Pearson Correlation	-.249(*)	.153	-.091	1	.535(**)	.121	.210	.071	.523(**)	.282(*)	.563(**)
	Sig. (2-tailed)	.028	.183	.430		.000	.292	.065	.536	.000	.012	.000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
Citra Diri	Pearson Correlation	-.079	.201	-.214	.535(**)	1	.519(**)	.324(**)	.083	.993(**)	.648(**)	.896(**)
	Sig. (2-tailed)	.492	.078	.060	.000		.000	.004	.468	.000	.000	.000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
Citra Diri	Pearson Correlation	.109	.068	-.209	.121	.519(**)	1	.186	.172	.548(**)	.814(**)	.704(**)
	Sig. (2-tailed)	.341	.554	.067	.292	.000		.102	.132	.000	.000	.000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
Citra Diri	Pearson Correlation	.018	.089	-.059	.210	.324(**)	.186	1	.107	.338(**)	.133	.435(**)
	Sig. (2-tailed)	.878	.440	.606	.065	.004	.102		.352	.002	.246	.000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
Citra Diri	Pearson Correlation	.107	-.126	.024	.071	.083	.172	.107	1	.107	.044	.292(**)
	Sig. (2-tailed)	.352	.271	.835	.536	.468	.132	.352		.352	.705	.009
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
Citra Diri	Pearson Correlation	-.064	.189	-.199	.523(**)	.993(**)	.548(**)	.338(**)	.107	1	.619(**)	.901(**)
	Sig. (2-tailed)	.577	.098	.080	.000	.000	.000	.002	.352		.000	.000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
Citra Diri	Pearson Correlation	.000	.165	-.294(**)	.282(*)	.648(**)	.814(**)	.133	.044	.619(**)	1	.748(**)
	Sig. (2-tailed)	1.000	.149	.009	.012	.000	.000	.246	.705	.000		.000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
Citra Diri	Pearson Correlation	.083	.263(*)	-.095	.563(**)	.896(**)	.704(**)	.435(**)	.292(**)	.901(**)	.748(**)	1

	Sig. (2-tailed)	.471	.020	.406	.000	.000	.000	.000	.009	.000	.000	
N		78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	78	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	78	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.738	10

Lampiran 9. Hasil Perhitungan Statistik Menggunakan SPSS

	Mean	Std. Deviation	N
Citra Diri	3.9269	.53298	78
Feed Instagram	3.8577	.61655	78
Instastroy	3.6885	.59303	78

Correlations

		Citra Diri
Pearson Correlation	Citra Diri	1.000
	Feed Instagram	.937
Sig. (1-tailed)	Citra Diri	.
	Feed Instagram	.000
N	Citra Diri	78
	Feed Instagram	78

Variables Entered/Removed(b)

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Feed Instagram	.	Enter

- a. All requested variables entered.
b. Dependent Variable: Citra Diri

Model Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.962(a)	.926	.924	.14693	1.134

- a. Predictors: (Constant, Feed Instagram)
b. Dependent Variable: Citra Diri

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	20.254	2	10.127	469.099	.000(a)
	Residual	1.619	75	.022		
	Total	21.873	77			

- a. Predictors: (Constant), Feed Instagram
b. Dependent Variable: Citra Diri

2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Coefficients(a)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF	B	Std. Error
1 (Constant)	.716	.107		6.708	.000		
Feed Instagram	.141	.099	.163	1.426	.158	.075	13.268

a. Dependent Variable: Citra Diri

Residuals Statistics(a)

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2.7035	4.8052	3.9269	.51288	78
Std. Predicted Value	-2.385	1.712	.000	1.000	78
Standard Error of Predicted Value	.017	.065	.027	.009	78
Adjusted Predicted Value	2.7039	4.8055	3.9286	.51268	78
Residual	-.56945	.37137	.00000	.14501	78
Std. Residual	-3.876	2.527	.000	.987	78
Stud. Residual	-3.949	2.580	-.006	1.015	78
Deleted Residual	-.59131	.38707	-.00171	.15366	78
Stud. Deleted Residual	-4.408	2.685	-.014	1.058	78
Mahal. Distance	.055	14.311	1.974	2.211	78
Cook's Distance	.000	.433	.021	.069	78
Centered Leverage Value	.001	.186	.026	.029	78

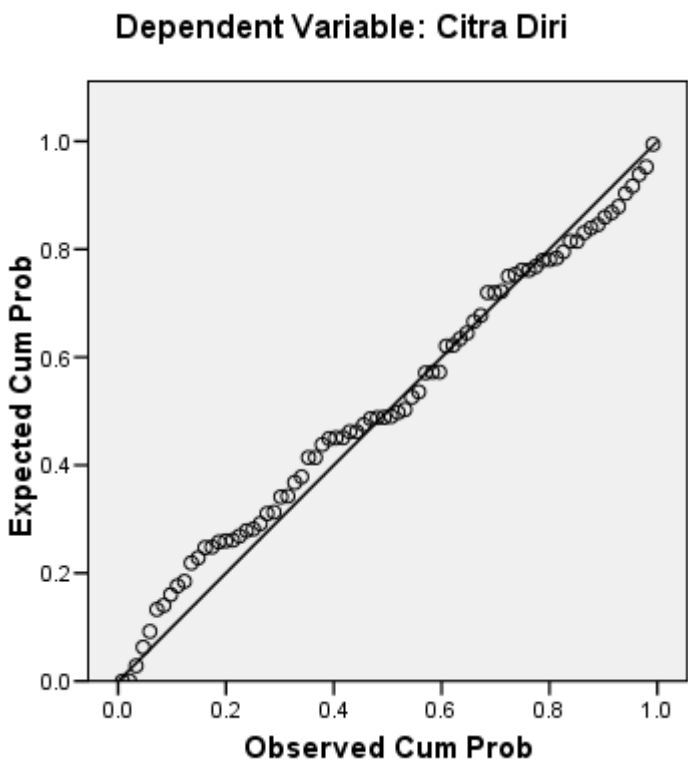
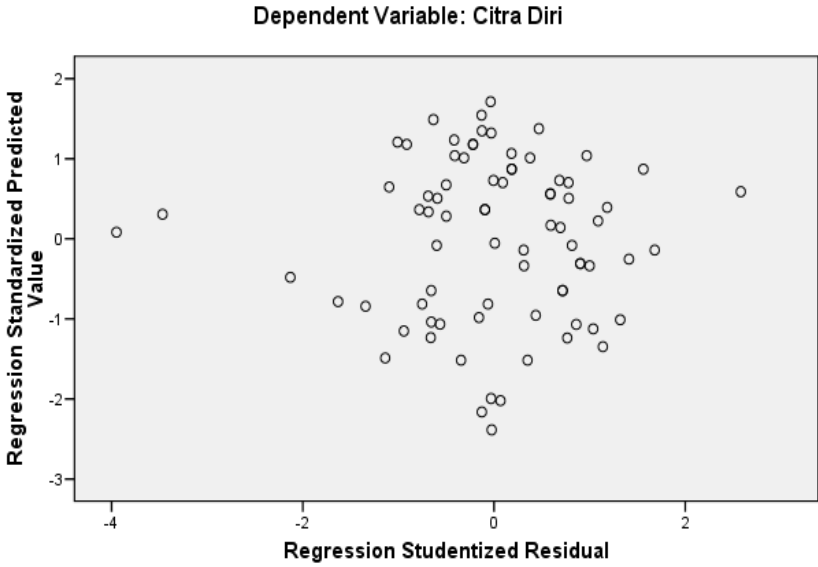
a. Dependent Variable: Citra Diri

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	26	33.3	33.3	33.3
Perempuan	52	66.7	66.7	100.0
Total	78	100.0	100.0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 - a. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 - b. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - c. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Feed Instagram (X)

No Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Item 1	0.7	0.1876	Valid
Item 2	0.523	0.1876	Valid
Item 3	0.501	0.1876	Valid
Item 4	0.515	0.1876	Valid
Item 5	0.867	0.1876	Valid
Item 6	0.758	0.1876	Valid
Item 7	0.542	0.1876	Valid
Item 8	0.316	0.1876	Valid
Item 9	0.867	0.1876	Valid
Item 10	0.758	0.1876	Valid

Citra Diri (Y)

No Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Item 1	0.83	0.1876	Valid
Item 2	0.263	0.1876	Valid
Item 3	0.95	0.1876	Valid
Item 4	0.563	0.1876	Valid
Item 5	0.869	0.1876	Valid
Item 6	0.704	0.1876	Valid
Item 7	0.435	0.1876	Valid
Item 8	0.292	0.1876	Valid
Item 9	0.901	0.1876	Valid
Item 10	0.748	0.1876	Valid

Lampiran 9. Data Responden Penelitian

No	Nama Lengkap	Jenis Kelamin
1	Riandy	Laki-laki
2	Bagus Tri Saputra	Laki-laki
3	Ismah fauziyah	Perempuan
4	Sutaryanto	Laki-laki
5	Juli ervina	Perempuan
6	Rizky fernandy	Laki-laki
7	Gemadikoarfal	Laki-laki
8	mutia lady afisa	Perempuan
9	Rahmawati muslim	Perempuan
10	Pras	Perempuan
11	As ari	Perempuan
12	Ade	Laki-laki
13	Febby Hanifa	Perempuan
14	Indriani novita	Perempuan
15	Innike Ayodhia Ramadhani	Perempuan
16	M.Raka Dwi Cahya	Laki-laki
17	Hawa milenia	Perempuan
18	Rizky Septiansyah	Laki-laki
19	Riski Ramadani	Laki-laki
20	Wilda hasanah	Perempuan
21		Perempuan
22	Tito Prastomo	Laki-laki
23	Nindya khovivah	Perempuan
24	Nur Asiska	Perempuan
25		Laki-laki
26	Putri	Perempuan
27	Dyna mardhyah s	Perempuan
28	Firda amini	Perempuan
29	Fitri Desyana	Perempuan
30	Annisa dara	Perempuan
31	Yusvika Anggraini	Perempuan
32	Nurliana	Perempuan
33	Danil Kurnia	Laki-laki
34	Savira	Perempuan
35	Milla Mantia Suci	Perempuan
36	Fikriyatul Khoiriyah Harefa	Perempuan
37	Miftah lathifah	Perempuan
38	Naufal Rais	Laki-laki
39		Perempuan
40		Perempuan
41	Patri Jasmin	Perempuan
42	Ufari ayuningsih	Perempuan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



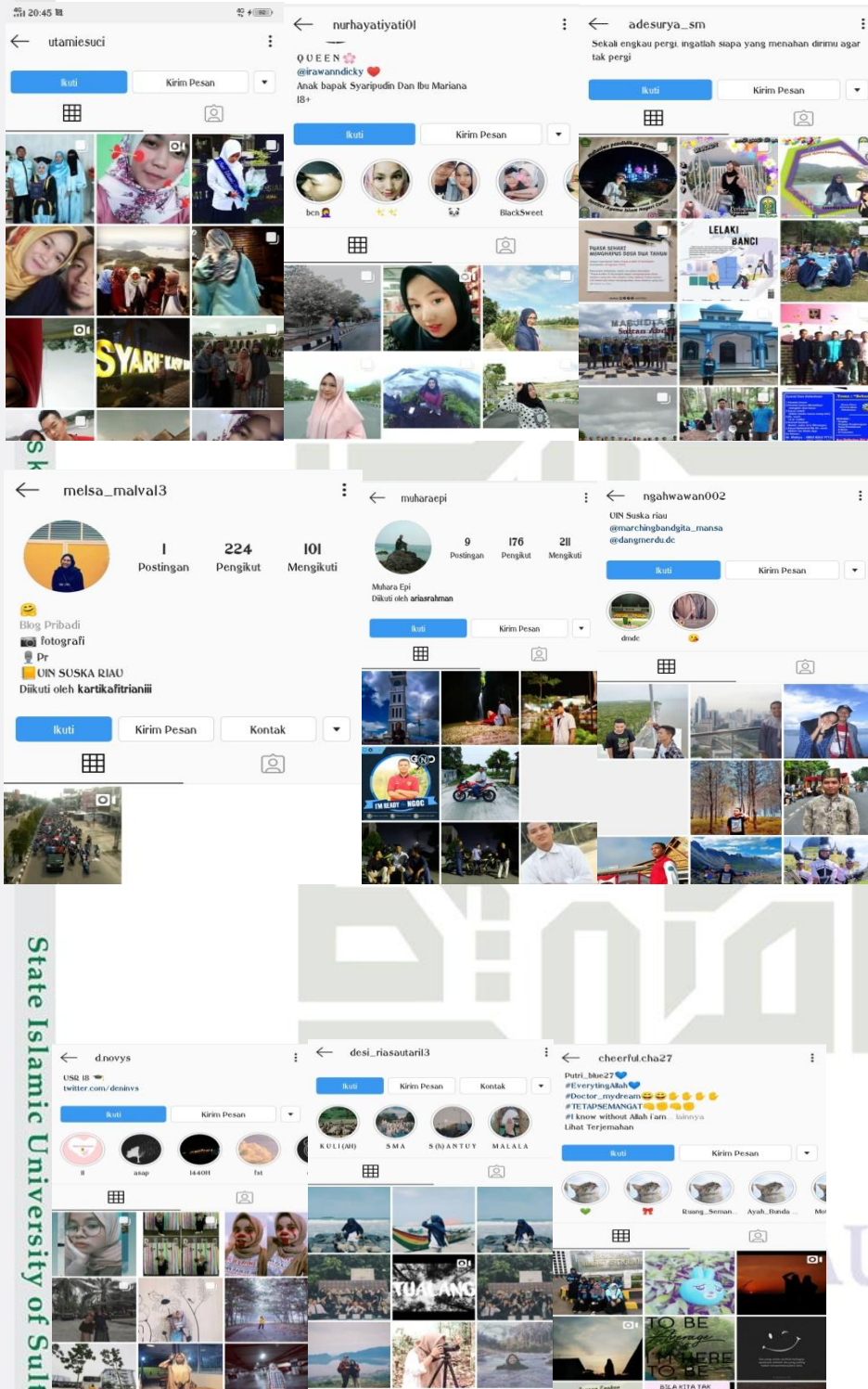
2. Dilarang mengutip dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

No	Nama Lengkap	Jenis Kelamin
3	Riki firmansyah	Laki-laki
4	Uily Santya	Perempuan
5	Deni syahreza	Laki-laki
6	Desi mailani	Perempuan
7	Kurniwa setiawan hendri	Laki-laki
8	Melsa malva	Perempuan
9	Muhara	Perempuan
10	Nurhayati	Perempuan
11	Ade kurniawan	Laki-laki
12	Zulia pri hartini	Perempuan
13	Suci azahra	Perempuan
14	Fakhri kala	Laki-laki
15	Nurhafizah	Perempuan
16	Riyan Hidayatullah	Laki-laki
17	Adi candra	Laki-laki
18	Afriani Asmara	Perempuan
19	Dana	Laki-laki
20	dandi irwan	Laki-laki
21	dandi irwan	Laki-laki
22	fitria prananda	Perempuan
23	Selpina Ayu	Perempuan
24	Arfan	Laki-laki
25	Otrisman	Laki-laki
26	Fadlly wallid	Laki-laki
27	Indah permata	Perempuan
28	Agusriadi	Perempuan
29	Muhammad Reizki	Perempuan
30	Rizal Efendi	Perempuan
31	Mardiani	Perempuan
32	Ravelia	Perempuan
33	Ekki Tri	Perempuan
34	Maya Luvita	Perempuan
35	Novita	Perempuan
36	Endah	Perempuan
37	Pratiwi Lestari	Perempuan
38	Burhan	Perempuan

Lampiran 10. Dokumentasi Penelitian

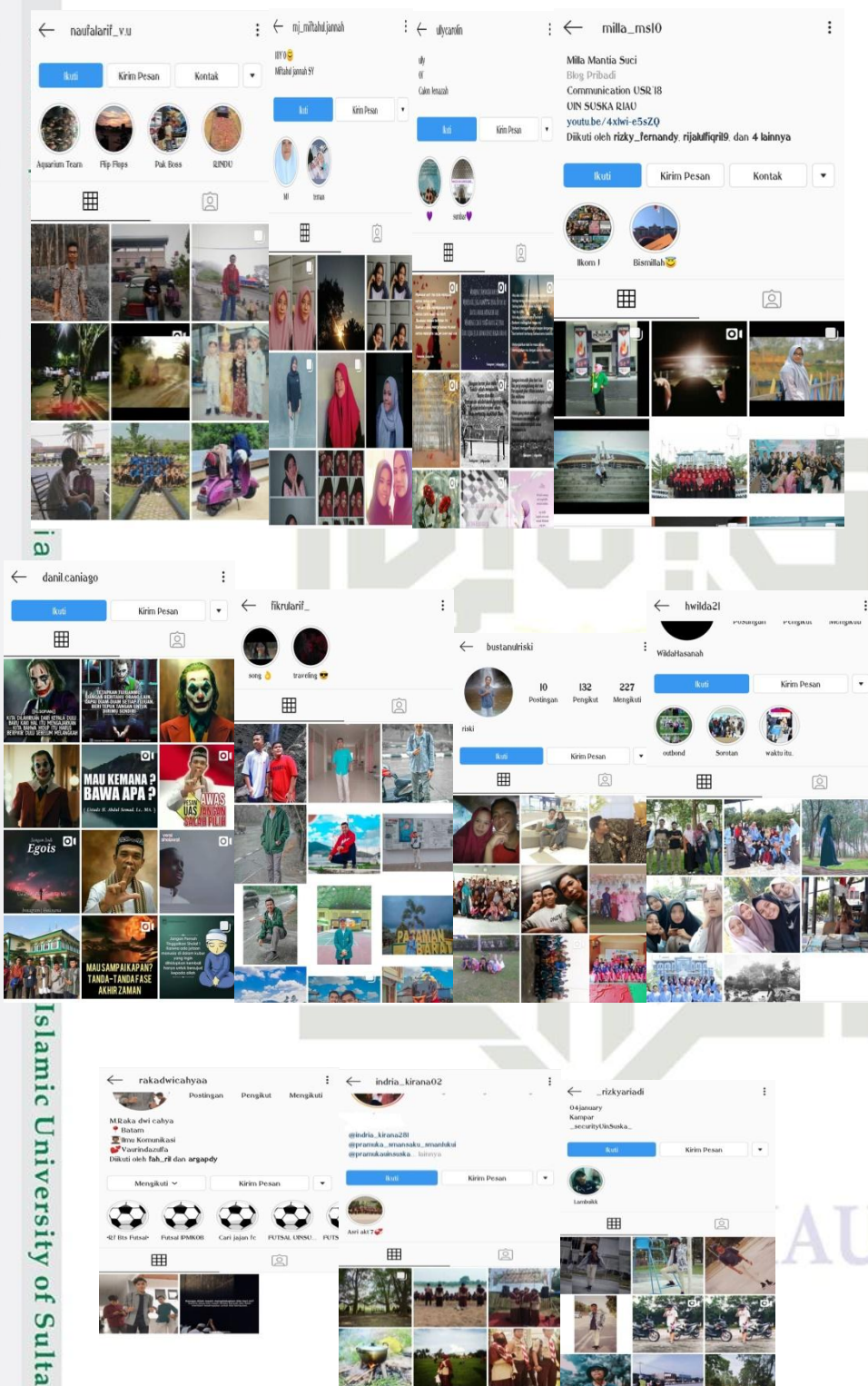
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



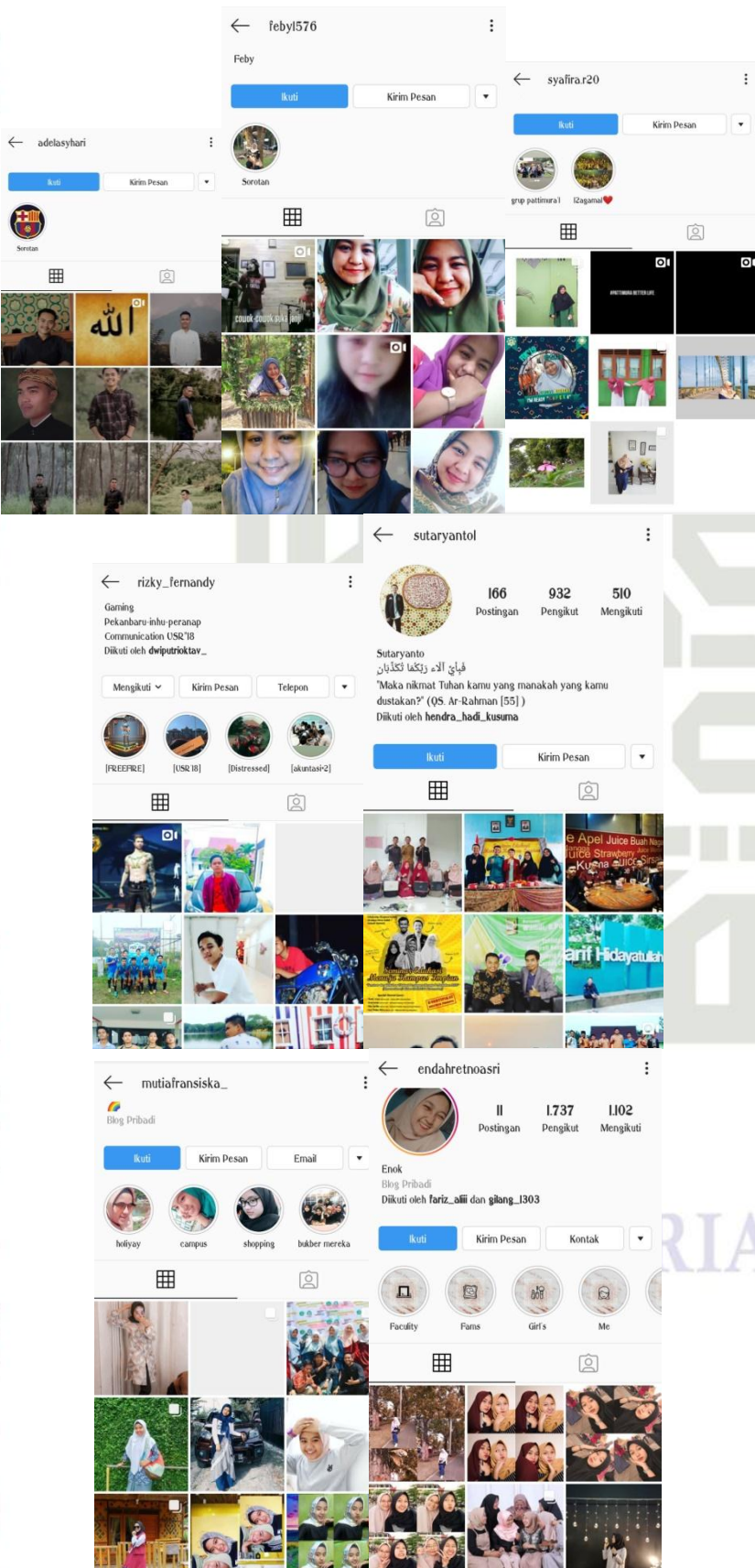
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



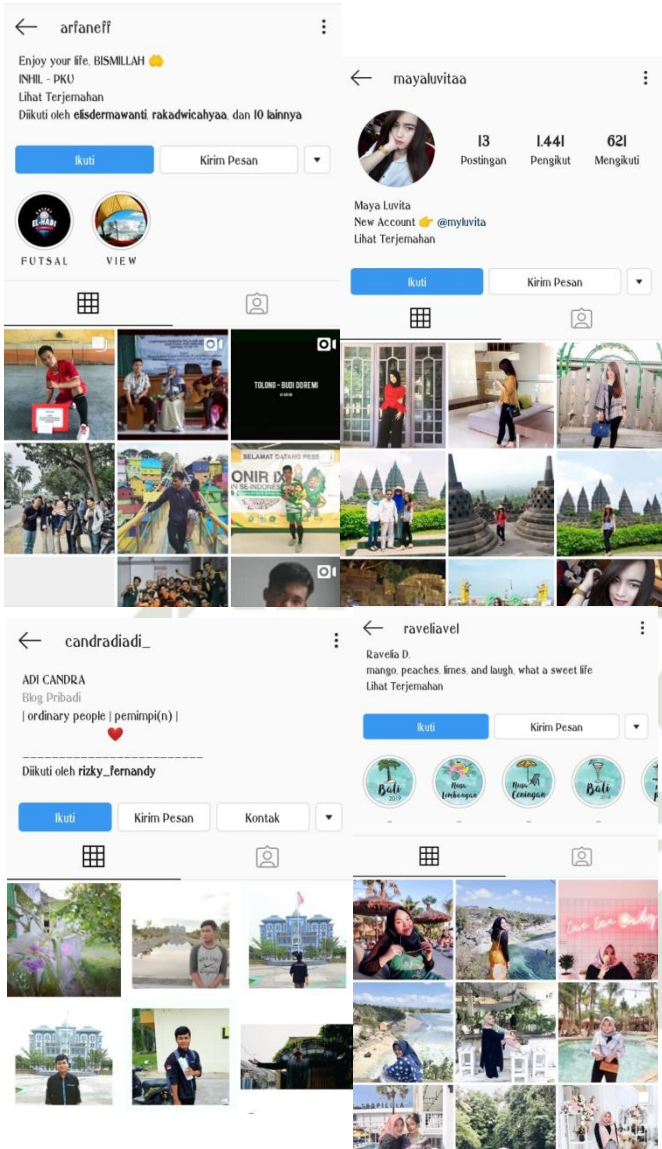
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



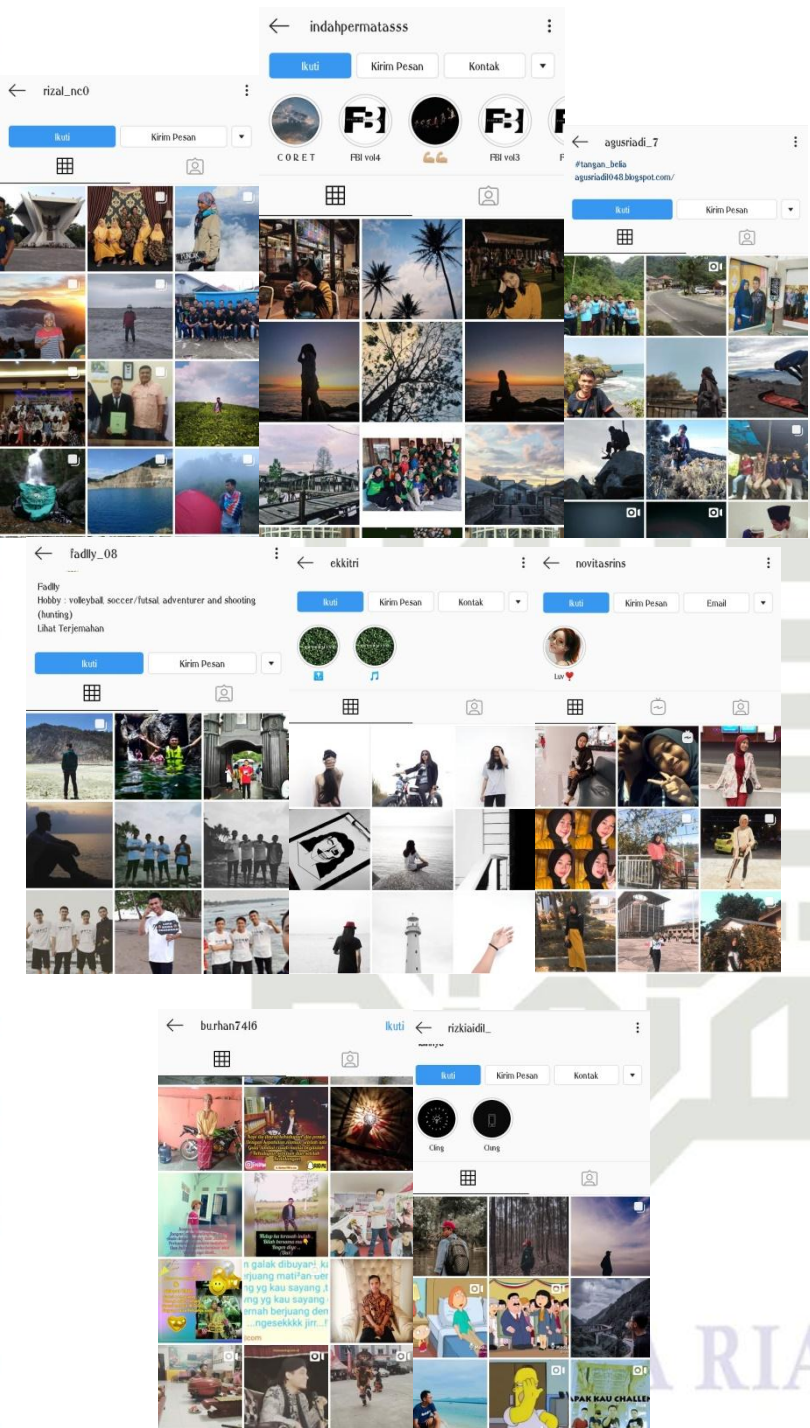
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



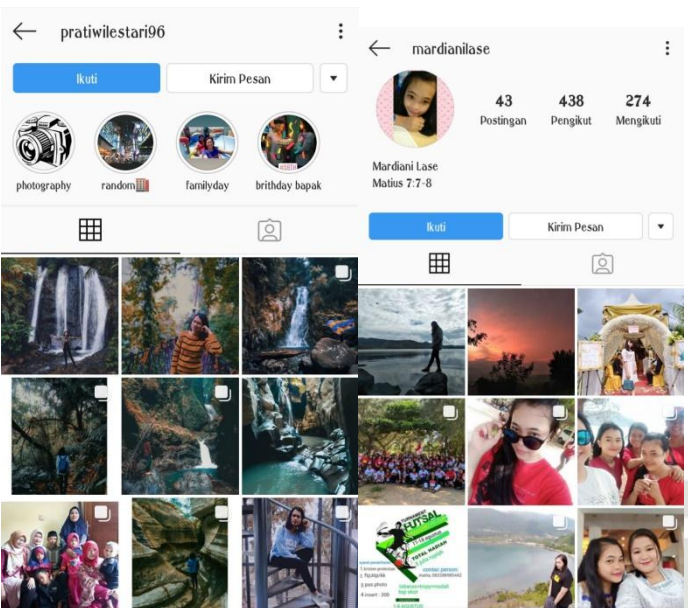
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrandt No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 P.O. Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web www.uin-suska.ac.id, E-mail: lain-sq@pekanbaru-indo.net.id

Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/320/2019 Pekanbaru, 18 Jumadil Awal 1440 H
Sifat : Biasa 24 Januari 2019 M
Lampiran : 1 berkas
Hal : Penunjukan Pembimbing
a.n. **Selvi Oktaresiyanti**

Kepada Yth.
Assyari Abdullah, M.I.Kom
Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Suska Riau

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Dengan hormat,

Berdasarkan keputusan pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi tentang penetapan judul dan pembimbing skripsi mahasiswa a.n **Selvi Oktaresiyanti** NIM. 11543202252 dengan judul "**Pengaruh Feed dan Instastory pada Instagram terhadap Pencitraan Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau**" saudara menjadi pembimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut.

Bimbingan yang saudara berikan meliputi :

1. Materi / Isi Skripsi
2. Metodologi Penelitian

Kami tambahkan bahwa saudara dapat mengarahkan atau mengubah judul di atas bersama mahasiswa bersangkutan, sejauh tidak mengubah tema atau masalah pokoknya. Kami harapkan bimbingan tersebut dapat selesai dalam waktu **6 (enam) bulan**.

Atas kesediaan & perhatian saudara diucapkan terima kasih,

Wassalam
Dekan,



Dr. Nurdin, MA
NIP. 19660620 200604 1 015

Tembusan :

1. Dekan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi
2. Ketua Jurusan Komunikasi
3. Mahasiswa ybs

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة والاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION
Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 P.O. Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/5940/2019 . Pekanbaru, 08 Dzulhijjah 1440 H
Sifat : Biasa 09 Agustus 2019 M
Lampiran: 1 (satu) Eksemplar
Hal : Mengadakan Penelitian

Kepada Yth.
Gubernur Riau
Up. Kepala Dinas Penanaman Modal Dan
Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau
Di Pekanbaru

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Dengan hormat,
Kami sampaikan bahwa mahasiswa kami :

Nama : Selvi Oktaresiyanti
N I M : 11543202252
Jurusan/Prodi : Ilmu Komunikasi

Mengadakan penelitian dalam rangka penyusunan tugas akhir skripsi tingkat Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul :

"Pengaruh Feed dan Instastory pada Instagram terhadap Pencitraan Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau"

Adapun sumber data penelitian adalah :

"Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau"

Untuk maksud tersebut kami mohon berkenan memberikan petunjuk-petunjuk dan rekomendasi terhadap pelaksanaan penelitian tersebut.

Demikianlah yang kami sampaikan dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalam
a.n. Rektor,
Dekan,

Dr. Mardin, MA
NIP. 19660620 200604 1 015

Tembusan :
1. Rektor UIN Suska Riau
2. Mahasiswa yang bersangkutan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PEMERINTAH PROVINSI RIAU DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I & II Komp. Kantor Gubernur Riau
Jl. Jenderal Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39119 Fax. (0761) 39117, PEKANBARU
Email : dpmpstsp@riau.go.id Kode Pos : 28126

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPSTSP/NON IZIN-RISET/25339

TENTANG



032010

PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/5940/2019 Tanggal 9 Agustus 2019, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

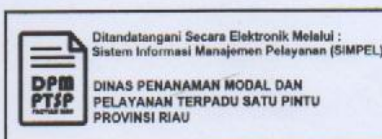
- | | |
|----------------------|--|
| 1. Nama | : SELVI OKTARESIYANTI |
| 2. NIM / KTP | : 11543202252 |
| 3. Program Studi | : ILMU KOMUNIKASI |
| 4. Jenjang | : S1 |
| 5. Alamat | : PEKANBARU |
| 6. Judul Penelitian | : PENGARUH FEED DAN INSTASTORY PADA INSTAGRAM TERHADAP
PENCITRAAN DIRI MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS
ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU |
| 7. Lokasi Penelitian | : ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF
KASIM RIAU |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan sepenuhnya.

Dibuat di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 20 Agustus 2019



Tembusan :
Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru
3. Yang Bersangkutan

BIOGRAFI PENULIS



Selvi Oktaresiyanti, lahir di Pekanbaru pada 23 Mei 1996 anak dari pasangan Bapak Oktavianus dan Ibu Restu Gusti Farida. Penulis merupakan anak ketiga dari lima bersaudara.

Penulis menyelesaikan Sekolah Dasar di SD.Negeri 09 Hilia Lamo Kota Bukittinggi Sumatra Barat, tahun 2009, pada tahun 2012 menyelesaikan tingkatan SLTP di MTs.Negeri Kamang, tingkatan SLTA di SMA.Negeri 1 Kamang Magek lulus pada tahun 2015. Kemudian, pada tahun 2015 penulis melanjutkan pendidikan Strata satu (S1) di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Ilmu Komunikasi tepatnya pada Konsentrasi *Broadcasting* (BR). Selama menjadi mahasiswa penulis pernah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Pematang Benteng , Kecamatan Batang Peranap, Kabupaten Indragiri Hulu. Penulis juga mengikuti Praktek Kerja Lapangan di KPU (Komisi Pemilihan Umum) Kota Pekanbaru.

Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya karena telah menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) dan lulus serta dapat menyandang gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) dengan IPK 3.43 dengan predikat Sangat memuaskan pada tanggal 16 Desember 2019.